

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**POKRETANJE PODUZETNIČKE ATIVNOSTI
KORIŠTENJEM POTPORA FONDOVA
EUROPSKE UNIJE**

Mentor:

Prof. dr. sc Dejan Kružić

Student:

Stipe Škokić

Split, rujan 2018. godina

SADRŽAJ

1. UVOD	4
2. PODUZETNIK, INOVACIJA I PODUZETNIŠTVO	5
2.1. Razvoj poduzetništva	5
2.2. Inovacija	6
2.3. Poduzetnički proces	11
2.4. Ključne osobine poduzetnika	12
2.5. Poduzetničke funkcije	14
3. EUROPSKA UNIJA I FINANCIRANJE PODUZETNIŠTVA	17
3.1. Mogućnosti financiranja poduzetništva i MSP-ova iz fondova Europske unije....	17
3.1.1. Raspodjela ESI-fondova	18
3.2. Operativni programi u Hrvatskoj	19
3.2.1. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. (OPKK)	19
3.2.2. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.–2020. (OPULJP) ...	23
3.2.3. Program za konkurentnost poduzeća i MSP-ova (COSME)	24
3.3. Ostali izvori financiranja	25
4. ANALIZA SUSTAVA POTICAJA NA RAZINI RH	27
4.1. Institucije za potporu poduzetništva u RH	27
4.2. Institucije za financijsku potporu poduzetništva u RH	30
4.3. Vrste potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti	31
4.3.1. Potpore za pokretanje poduzetničke aktivnosti koje dodjeljuje RH	32
4.3.2. Bespovratna sredstva za pokretanje poduzetničke aktivnosti u RH koje dodjeljuje Europska unija	35
4.4. Primjeri realiziranih potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti u RH	36
5. ANALIZA PODUZETNIČKE AKTIVNOST HRVATSKE S OBZIROM NA POTPORE EU	38
5.1. Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti prema sektorima	40
5.2. Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti prema regijama	40
5.2.1. Motiviranost za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj prema regijama	42
5.2.2. Pokretanje poslovnog pothvata prema regijama vezano uz različite motive ..	43
5.3. Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	44
ZAKLJUČAK	47
LITERATURA	49

Popis slika.....	50
Popis tablica	51
SAŽETAK.....	52
SUMMARY.....	53

1.UVOD

Suvremeni gospodarski razvitak, kao i gospodarski razvitak budućnosti podrazumijeva posebnu pozornost, koja je usmjerena na promicanje poduzetništva i osiguravanje snažnih potpora u skladu s potrebama malih i srednjih poduzeća.

Sektor mikro, malih i srednjih u Europskoj uniji čini 98 % ukupnog broja poduzeća te predstavlja ključni generator novog zapošljavanja, gospodarskog rasta, inovacija i socijalne integracije. Upravo zbog toga Europska unija kreirala je niz instrumenata i strateških dokumenata kojima se nastoji pojednostavniti administrativni i regulatorni okvir stvaranja i poslovanja navedenih poduzeća, nastoji se osigurati neophodan izvor financiranja i usmjeriti njihov razvitak.

Podaci Europske unije ukazuju kako su glavne prepreke stvaranja novog poduzetništva upravo nemogućnost financiranja i složeni administrativni postupci. S jedne strane, Europska unija podupire poduzetnike različitim programima u okviru kojih se financiranje osigurava u suradnji s lokalnim financijskim institucijama koje ulažu dodatna (vlastita) financijska sredstva te tako uvećavaju ukupno raspoložive iznose potpora. S druge pak strane, potpore se osiguravaju i iz proračunskih sredstava EU-a koja se dodjeljuju svakoj državi članici višegodišnjim financijskim okvirom, pomoću kojeg se ostvaruju zajednički strateški ciljevi na europskoj razini.

Sektor malih i srednjih poduzeća (MSP) ključni je generator zapošljavanja, ekonomskog rasta, inovacija i socijalne integracije¹. Značaj i uloga poduzetništva i MSP-ova u gospodarstvu Europske unije te njihov udio u ekonomskim trendovima zahtijeva posebnu pozornost i kontinuiranu potporu u skladu s njihovim potrebama. Analiza i pregled raspoloživih mogućnosti, kao i dostupnost sredstava iz europskih fondova nastoji ukazati na značajne iznose financiranja koji su namijenjeni poticanju poduzetništva, generiranju novih radnih mjesta, razvoju poslovne konkurentnosti i ekonomskom rastu.

¹ Stojanović, S., Mrvica Mađarac., Glavota, M. (2016): Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije. Obrazovanje za poduzetništvo, 6 (2).

2. PODUZETNIK, INOVACIJA I PODUZETNIŠTVO

2.1. Razvoj poduzetništva

Možemo reći da pojam poduzetništvo postoji otkad je čovjeka. Prvi zapisi nam ukazuju na razne oblike poduzetništva u rano doba, u arapskoj, egipatskoj i kineskoj civilizaciji. U staroj Grčkoj i Rimskom carstvu javljaju se poduzetničke aktivnosti u obliku trgovine i novčarskog poslovanja.

Riječ poduzetništvo izvedena je iz francuske riječi *entreprendre*, kojom se definirala osoba koja preuzima rizik novoga². Poduzetništvo pod ovim pojmom nastaje u srednjem vijeku između 12. i 15. stoljeća. Poduzetništvo je u prvo vrijeme obuhvaćalo trgovinu, kreditne i mjenjačke poslove, brodarstvo, ali i osvajanje novih područja, razbojništvo i gusarstvo. Kao osnovni tipovi poduzetnika u to vrijeme izdvajaju se gusari, feudalci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici. Trgovati, u smislu velike trgovine, značilo je opremiti i naoružati. Prvim poduzetnikom u povijesti se smatra Marko Polo, koji je utvrdio trgovački put prema Dalekom Istoku. U svom poslovanju je potpisivao ugovore sa trgovcima i bankarima da će im prodati njihovu robu. Trgovci tada nisu bili specijalizirani, nego su prodavali različite proizvode, zavisno o dostupnosti. Začeci trgovačkih poduzeća javljaju se vrlo rano, u Italiji već u 12. stoljeću kao privremena društva, a najčešće su to bila obiteljska poduzeća. U to doba postojale su i trgovačke gilde, udruženja trgovaca koje su imale za cilj pružanje uzajamne pomoći prilikom trgovačkog posla; pritom se svaki trgovac bavio poslom na vlastiti rizik i za vlastiti račun, a putovalo se karavanama i sa pratnjom radi sigurnosnih razloga.

U kasnom srednjem vijeku poduzeća postaju samostalni gospodarski subjekti pod vlastitim imenom, dok se u 17. st poduzetništvo počinje javljati kao masovna pojava. Tada dolazi do procvata raznih oblika obrta i trgovačkih poduzeća koja su se bavila trgovinom različitim proizvodima, te dolazi do porasta značaja međunarodne, a zatim i prekooceanske trgovine. Specijalizacija u trgovini i bankarstvo javljaju se tek u 18. st.

² Kružić, D. (2007): Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 16 (2); str 167-192.

Na prijelazu između 19. i 20. stoljeća s pojavom industrijske revolucije dolazi do naglog porasta značaja poduzetništva u novonastalim industrijama. Ubrzo nakon industrijske revolucije, s početkom masovne proizvodnje, opada uloga poduzetništva.

Razvoj poduzetničke djelatnosti zamijenjen je rastom i razvojem velikih industrijskih korporacija u kojima se čovjek gubi kao osoba, a njegov osobni identitet poistovjećuje se sa idejom kompanije. Istovremeno u tom razdoblju, u tadašnjim je socijalističkim zemljama poduzetništvo bilo sustavno potiskivano državnom planskom privredom u kojoj nije bilo mjesta za razvitak pojedinačnih poduzetničkih aktivnosti³.

U moderno doba, pojavom tehničko-tehnološke revolucije krajem 20. stoljeća s naglim razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije i propasti socijalno društvenih uređenja poduzetništvo ponovo dobiva na intenzitetu i postaje temeljna gospodarska djelatnost. Velika ekonomska tranzicija rezultirala je promjenom kritičnih proizvodnih resursa sa materijalnih na nematerijalne sa jedne strane, te istodobno liberalizacija i privatizacija u postkomunističkim zemljama širom je otvorila vrata novom poduzetničkom uzletu.

2.2. Inovacija

Inovacija zapravo predstavlja uzrok i posljedicu poduzetništva, a najčešće je usko povezana s tehnologijom i napretkom u tehnološkom smislu. Tehnologija omogućuje poduzećima da lako identificiraju najbolje klijente i na njih usmjere marketinške napore te nagrade one za koje je vjerojatno da će često kupovati proizvode ili se služiti uslugama poduzeća. Bolje razumijevanje postojećih klijenata omogućuje poduzećima i poduzetnicima da međusobno reagiraju i učinkovitije komuniciraju kako bi značajno poboljšali stopu zadržavanja klijenata.

Poduzeća, ali i poduzetnici koji samostalno nastupaju na tržištu, mogu razviti iskustvo prilagođeno klijentima upravo na temelju inovacija i konstantnog razvoja, mogu bolje predvidjeti obrasce ponašanja istih u elektroničkom okruženju, privući ih i ocjenjivati ekonomsku prednost svakog od njih te s vremenom izgraditi dugoročno uzajamno korisne

³ Šipić, N., Najdanović, Z. (2012): Osnove poduzetništva (skripta), Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb. <http://www.vpsz.hr/media/files/Skripta-osnove-poduzetnistva-03-2013.pdf>

odnose s njima, na obostrano zadovoljstvo i korist. Moderna definicija poduzetništva ističe snažnu vezu između poduzetništva i inovacija.

Poduzetništvo se prepoznaje kao kritična veza između novih znanja i gospodarskog rasta. Poduzetnik je inovator koji provodi promjene na tržištu kroz provedbu novih aktivnosti kao što su uvođenje novih i kvalitetnijih proizvoda, uvođenje novih načina proizvodnje, otvaranje novih tržišta, pronalaženje novih izvora opskrbe novim materijalima ili dijelovima i slično. Poduzetništvo je identificirano od strane mnogih istraživača kao glavna pokretačka snaga slobodnog tržišnog gospodarstva. Međutim, tek nedavno ekonomisti su počeli sintetizirati znanja o poduzetništvu i analizirati njegov utjecaj na ekonomski rast.⁴

S vremenom razvojem tehnologije, poslovnih procesa, ali i ljudskim napretkom i stalnim inovacijama u poslovanju, poduzeća su uspostavila odnose s klijentima putem prikupljanja, pohranjivanja, održavanja i distribucije znanja o klijentu i za klijenta kroz cijelo poduzeće. Pomoću različitih inovacija poduzeća mogu proizvesti važne informacije kako bi koordinirala sve svoje odjele – prodaju, marketing, usluge korisnicima te kako bi se bolje i brže služilo potrebama klijenata⁵.

Poduzeća moraju težiti tome da ostanu konkurentna, a jedan od načina poboljšanja konkurentskih prednosti jest privlačenje sve više novih kupaca i zadržavanje starih kupaca te njihovo pretvaranje (razvojem dugoročnih, sigurnih odnosa) u lojalne klijente. U kontekstu poslovanja u globaliziranom okruženju, konstantnog razvoja i uvođenja inovacija i noviteta u poslovanje, poduzeće u takvom okruženju gradi bolje i kvalitetnije odnose s klijentima i uspješno radi na povećanju njihove lojalnosti, što dugoročno dovodi do poboljšanja profitabilnosti poduzeća te boljeg nastupa na tržištu u odnosu na konkurenciju.⁶

⁴ Smoljić, M. (2011). Obrazovni programi za usvajanje poduzetničke kompetencije. Znanstvena i tehnolojska politika i inovativno poduzetništvo. Uredili: Tafr V., Tafr I., Učenje za poduzetništvo – Zbornik radova 1. Međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo, Zagreb, Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski, 251-270.

⁵ Nguyen T. H., Sherif J. S. i Newby M. (2007). Strategies for successful CRM implementation. Information Management & Computer Security, 5 (2), 102-115.

⁶ Lee-Kelley L., Gilbert D. i Mannicom R. (2003). How e-CRM can enhance customer loyalty. Marketing Intelligence & Planning, 21 (4), 239-248.

Znanstvenom i tehnologijskom te inovacijskom politikom Republika Hrvatska nastoji sustavno stvoriti poticajno okruženje radi promicanja i ostvarivanja najvećih mogućih koristi za društvo. Takva politika nije usredotočena isključivo na razvoj tehnologije, već i na njeno širenje, prilagodbu i prijenos u poslovno okruženje jer su upravo ti mehanizmi sve češće čimbenici razvoja. I postupne i radikalne inovacije temeljni su pokretači gospodarskog razvoja. Inovativnost može biti pokretana ponudom na području istraživanja i razvoja, potražnjom na tržištu, neophodnim pomacima u konkurentnosti, pojavom novih tvrtki i slično. Da bi došlo do stvaranja nekakvih učinaka koji imaju sinergiju, politika na području znanosti i tehnologije te inovacija mora biti međusobno povezana i s politikama u pojedinim gospodarskim granama, kao i s drugim područjima od važnosti za razvoj društva.

Kada se spomene inovativnost, većina ljudi pomisli na Leonarda i Michelangela, Edisona, Teslu, Steva Jobsa i druge jedinstvene talente koji su oplemenili svijet inovacijama, tehnološke, umjetničke ili znanstvene prirode. Svaki čovjek je inovativan, a razlika je jedino u stupnju i količini. Neki će ljudi brzo i lako osloboditi svoj kreativni potencijal, dok će ga neki kočiti autocenzurom. Postoje brojne metode koje potiču na inventivno mišljenje. Njihovo poznavanje korisno je svima, a posebno onima čiji život i posao ovise o inovacijama. Ako nas i neće naučiti letjeti vlastitim krilima, može nam pokazati kako da skočimo u zrak motkom, ili iz aviona padobranom, kako da izradimo balon, cepelin, jedrilicu, zmaja, svemirsku raketu, ili, kako da kupimo avionsku kartu.

Danas su u svijetu uspješna samo gospodarstva temeljena na inovacijama (Innovation-driven Economies). Isto vrijedi i za poduzeća, bila ona velika ili mala. Njihov globalni, a sve više i lokalni uspjeh prije svega ovisi o sposobnosti inoviranja. Glavni izvor konkurentske prednosti je kreativnost, sposobnost stvaranja i razvoja novih proizvoda i usluga. Gospodarstvo i poduzeća uspješna su onoliko koliko to omogućava 'inovacijski kapacitet' njihovog okruženja. Njega čini kvaliteta znanstveno-istraživačkih institucija, ulaganje u istraživanje i razvoj tvrtki, suradnja sveučilišta i industrije, raspoloživost znanstvenika i inženjera, broj patenata, kvaliteta izobrazbe i stupanj zaštite intelektualnog vlasništva. Kod nas kreativnost i inovacije, nažalost, nisu shvaćene kao prioritet broj jedan, zato i kaskamo za razvijenim svijetom, više nego prije.

Inovativnost ne može niti nastati niti nestati, već se može probuditi ili potisnuti, stimulirati ili zakočiti. U svakodnevnom govoru, kreativnost i inovacija koriste se kao sinonimi. Međutim, ta se dva pojma razlikuju pa se može reći da je kreativnost proizvodnja novih ideja neovisno o primjenjivosti, dok je inovacija transformacija novih ideja u (korisne) proizvode ili usluge. Drukčije rečeno, kreativnost je podloga za inovacije, a inovacije su primijenjena kreativnost. Svaka kreativna ideja ne mora postati inovacija, ali nema inovacija bez kreativnosti. Po analogiji, kreativni pojedinac smišlja nešto novo, a inventivni pojedinac ima htijenje, znanje i sposobnost da to što je smišljeno, primijeni i realizira. Zato je kreativnost nužni temelj promjena, ali sama po sebi nije dovoljna. Razvoj i napredak ovise o inventivnim i poduzetnim pojedincima koji će kreativnoj ideji udahnuti život i gurnuti ju na tržište.

Najbolje sredstvo njegovanja kreativnosti su razne metode poticanja kreativnog mišljenja. One nas uče kako doći do svježih ideja, kako otkloniti "probleme u rješavanju problema". Stavljaju nas u položaj da mijenjamo pristupe i pomičemo granice ljudskog znanja. Tjeraju nas da preispitamo navike i uklonimo utjecaj stavova, pretpostavki, pristupa, uvjerenja, i vrijednosnih sudova koji sputavaju maštu. Njihova nas primjena gura s one strane očiglednog, nudeći originalna rješenja koja se mogu naći samo na neočekivanim i neobičnim mjestima. To su metode poput brainstorminga, asocijacija, analogija, pitanja, igranja uloga, prisilnih veza ili brainwringa. Njihova sustavna primjena naučit će nas kako lakše i spontanije proizvoditi originalne ideje. Oslobođeni ograničenja krutog mišljenja, naučit ćemo biti kreativniji. Dio tih metoda može se primjenjivati individualno, druge su usmjerene na poticanje skupne kreativnosti, pa se primjenjuju u timovima. Taj proces treba započeti u dječjem vrtiću, a završiti dan prije smrti, jer svaki se problem koji nas muči može riješiti bolje nego što mislimo da može.

Inovacija je temeljena na domišljatosti, znanju i talentu pojedinaca, a zatim na napornom, ustrajnom i odgovornom radu mnogih koji ju trebaju realizirati. Istraživanja su pokazala da se barijere kreativnosti mogu sistematizirati u nekoliko glavnih kategorija:

- Odbojnost prema tuđim idejama
- Strah od pogrešaka
- Birokracija
- Ograničeni resursi
- Preuska specijalizacija

U ljudskoj je prirodi odbacivati tuđe prijedloge, tražiti u njima slabosti i suprotstavljati im se čak i prije nego što smo ih saslušali i do kraja razumjeli. Takvo ponašanje snažno je prisutno u našem okruženju, a najbolje ga opisuje riječ negativizam. Ponekad je potpuno iracionalan, a ponekad se hrani argumentima. Tako pojedinci pružaju otpor promjenama zbog interesa ili navike na staro stanje.

Nove ideje mogu narušiti nečiji status, utjecaj, moć ili sigurnost. Promjene unose nemir, stvaraju nove zadatke i obaveze ili traže mijenjanje ustaljenih navika. Zato je i u poslu i u porodici uvijek lakše reći «ne» nego «da». Jednostavnije je organizirati i okupiti protivnike promjena nego ujediniti borce za nove ideje. Inovacije unose neizvjesnost, rizik i mogućnost neuspjeha što u ljudima rađa strah i odbojnost prema promjenama.

Jedan od zanimljivih oblika negativizma jest želja za prvenstvom, jednako prisutna na poslu, u obitelji ili među prijateljima. Tuđe ideje se doživljavaju kao prijetnja vlastitom ugledu, sposobnostima i samopoštovanju. No iste ideje ili prijedloge koje drugima oštro odbijamo, podržat ćemo možemo li na sebe preuzeti čast prvenstva u njihovu smišljanju. Strah od pogrešaka normalna je psihološka pojava jer svatko od nas ima jaku potrebu da bude u pravu. Zato se trudimo izbjeći promašaje, nastojimo u očima partnera, prijatelja i suradnika ne ispasti glupi, odgovorni ili krivi. Izbjegavanje pogrešaka tjera nas da «igramo na sigurno» i tako izbjegnemo situacije koje donose rizik i neizvjesnost. Strah od kazne koči kreativnosti. Okolina u kojoj se pogreške ne smatraju sredstvom učenja nego povodom da se nekoga kazni ili na njega viče, neće biti izvor kreativnosti. Birokratskom duhu strana je svaka improvizacija, fleksibilnost i nered. Inventivni pojedinci propise i pravila doživljavaju poput prepreka na atletskoj stazi. S jedne strane to je dodatni izazov koji valja savladati, a s druge strane one uvelike usporavaju trčanje i utječu na rezultat.

Među glavne birokratske kočnice mogu se ubrojiti opterećenost rutinskim poslom, procedura s previše koraka i opsežna papirologija. Detaljno planiranje i precizno definiranje svih zadataka bez slobode da se pokuša raditi drukčije, onemogućit će kreativne ideje. Osobe pretrpane rutinskim zadacima ne stignu zastati i razmisliti o njima, kako bi ih unaprijedile i inovirale. Nedostatak resursa često uzrokuje manjak inovacija. Zato većina ljudi najvažnijim ograničenjem kreativnosti smatra novac. Da imamo bolju financijsku podršku, kažu oni, mogli

bismo napraviti čuda, no bez novca ne možemo biti inventivni. No nedostatak novca samo je jadni izgovor. Kapitala oduvijek ima više nego sposobnih ljudi i suvislih ideja.

Za prave se projekte prije ili kasnije pronađe financijska potpora. Zato su glavna ograničenja kreativnosti (ne)znanje i premalo vremena.

Preuska specijalizacija posljednja je na listi zapreka inovacijama. Drugo ime te pojave je «fahidiotizam». No mi živimo u svijetu uske specijalizacije, poduzeća ju traže, a obrazovni sustav ju proizvodi, stvarajući djelatnike čije je znanje usmjereno na poznavanje detalja struke, bez širine i razumijevanja srodnih poslova. Fahidioti teško surađuju u timovima koji stvaraju kreativna rješenja. Inovacije su gotovo uvijek rezultat napora različitih ljudi čiji je cilj ostvariv upravo zbog njihove komplementarnosti, a ne sličnosti⁷.

2.3. Poduzetnički proces

Poduzetnički proces podrazumijeva proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika⁸. Poduzetnički proces označava i prepoznavanje prilika, uspostavljanje poretka za njihovu realizaciju kao i ulaganje vremena, napora i novca radi ostvarivanja profita.

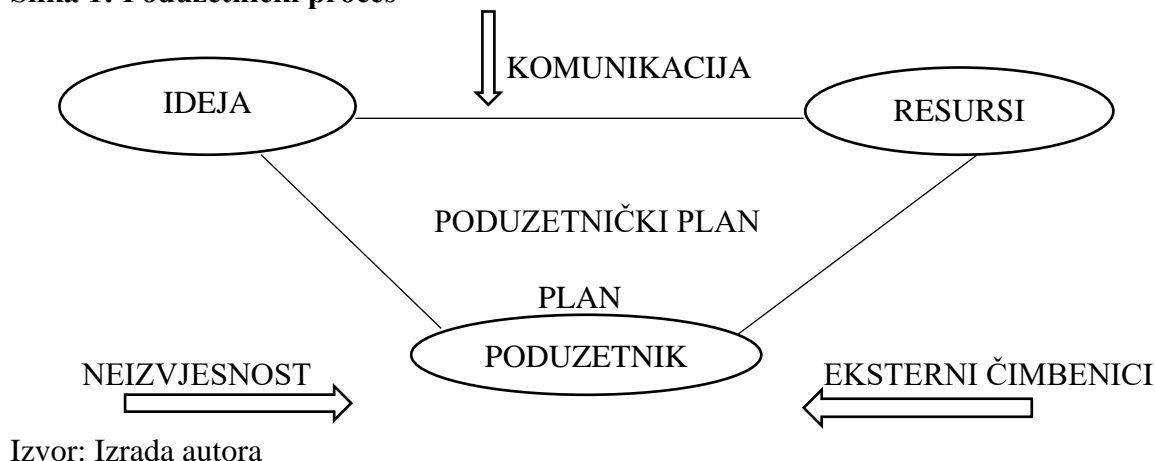
Poduzetnički proces rezultat je djelovanja sljedećih varijabli:

- poduzetnik
- poslovna prilika
- potrebni resursi

⁷ Srića, V. (1992): Upravljanje kreativnošću. Zagreb: Školska knjiga, str 71-74.

⁸ Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo, 1(1)*, 35-43

Slika 1: Poduzetnički proces



Poduzetnički proces započinje stvaranjem ideje. Osoba koja želi postati poduzetnik dobiva poduzetničku ideju koja može nastati slučajno u određenoj situaciji ili s namjerom i to putem istraživanja tržišta.

Da bi se ideja koju poduzetnik ima realizirala, nužno su potrebni resursi bez kojih nije moguće nastaviti poduzetnički proces. Prema stručnom mišljenju poduzetnika nakon nastanka poduzetničke ideje i osiguravanja potrebnih resursa slijedi stvaranje inicijative, odnosno kreće pokretanje samostalnog poslovnog pothvata. U ovom koraku poduzetnik preuzima vlastitu inicijativu. Zadnja faza je realizacija pothvata. U zadnjoj fazi poduzetnik kreće u realizaciju svoje ideje te započinje proces osnivanja poduzeća, priprema svu potrebnu papirologiju, uplaćuje temeljni kapital, upisuje se u trgovački registar ili Hrvatsku obrtničku komoru te započinje s poslovanjem poduzeća.

2.4. Ključne osobine poduzetnika

U ključne osobine poduzetnika spadaju⁹:

- **Inovativnost** -općenito najizrazitija značajka suvremenog poduzetništva. Poduzetnike privlači da se uhvate u koštac s nepoznatim, rade stvari na nove i neočekivane načine, upleću stare ideje u nove obrasce, više nude rješenja za problem nego izgovore.
- **Razumno preuzimanje rizika** -svako novo poduzeće ili neki novi poduzetnički pothvat je rizik za poduzetnika. Vjerojatno će poduzetnici izbjegavati poslove u kojima

⁹ Hunjet, A., Kozina, G. (2014): Osnove poduzetništva, Varaždin.

je mali izgled za uspjeh, ali ih neće motivirati ni poslovi koji su posve sigurni jer je u tom slučaju vjerojatno riječ o poznatim pothvatima i sigurnim rezultatima. To nije ono što zanima poduzetnike jer oni u pravilu smjeraju na poslove visokog rizika, a mogu završiti i s visokim pozitivnim učincima. No to ne znači prihvaćati i preveliki rizik. Problem je naći pravu mjeru između visine rizičnosti minusa – plusa. Poduzetnici mogu biti pomalo i avanturisti, što je neusporedivo bolje nego biti „ziheraš“. Ali njihov avanturizam mora biti promišljen – moraju biti razumni preuzimatelji rizika.

- **Samouvjerenost** -samouvjerenost znači vjerovanje u sebe (vlastite snage i mogućnosti), da se može nadmašiti druge u istom ili sličnom poslu, odnosno području aktivnosti, ali i ne umišljanje da jesu nešto što bi htjeli biti. Pravi poduzetnici rijetko će prihvatiti *status quo*, vjerujući da ga mogu promijeniti prema svojoj zamisli. Za uspjeh su poželjne visoke ambicije ali i realnost u prosudbi stvarnih mogućnosti.
- **Uporan rad** -iza najvećih uspjeha koji su postigli pojedinci stajao je, prije svega, uporan rad i sistematičan rad, a zatim talent. Poduzetnici pripadaju redovito u najupornije ljude vođene žudnjom da nadmaše druge. Istraživanja u svijetu su pokazala da uspješni poduzetnici – menadžeri rade prosječno 60 sati tjedno, a poduzetnici još više, posebice prvih pet godina dok se posao ne uhoda.
- **Postavljanje ciljeva** -cilj uspješnih poduzetnika jest kako dostići kreativne ideje kojima će konkurenti biti nadmašeni, a ne kako ih oponašati. Osobni i poslovni cilj usko su povezani, iako se predmet poslovanja odabire prema tržišnim mogućnostima, a ne prema osobnom afinitetu. Mnogi kreću u poduzetničke pothvate da bi stekli nezavisnost i ostvarili kontrolu nad vlastitom sudbinom, ili da bi dokazali vlastitu poduzetničku sposobnost, ili da ostvare visoku zaradu, ili zato što su ostali bez posla i nemaju drugih mogućnosti zapošljavanja.
- **Odgovornost** -poduzetnici su osobe odgovorne pred samim sobom, oni žele puno priznanje za svoj uspjeh, ali preuzimaju i svu krivnju. Poduzetnici imaju odgovornost prema pothvatu u nastojanju da se stalno poboljšavaju poslovni učinci te odgovornost prema društvenoj zajednici i prirodnom okružju eliminacijom štetnih učinaka poslovnog pothvata.

2.5. Poduzetničke funkcije

Premda se u praksi upravljanje, vođenje, management i rukovođenje često uzimaju kao sinonimi između njih postoje razlike. Istim se izrazima često daju različita tumačenja ili se različitim terminima izražavaju isti sadržaji. Da bi se to izbjeglo, a razlike spoznale, poslužit ćemo se etimologijom i određenim definicijama.

Poduzetnik je osoba koja raspolaže sredstvima potrebnim za određenu djelatnost, on organizira, koordinira, rukovodi, izvršava i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. Sve te funkcije poduzetnik može obavljati sam, ali u pravilu on ih povjerava drugim djelatnicima i posebnim organima. Svaka od navedenih funkcija teži ostvarenju ciljeva poduzeća, koji proizlaze iz njegove uloge u procesu društvene reprodukcije. Ti se ciljevi ostvaruju izvršavanjem konkretnih zadataka poduzeća, definiranih u planu rada poduzeća. U ostvarivanju ciljeva i zadataka poduzeća, od strane pojedinih funkcija postoje razlike koje proizlaze iz različite aktivnosti svake pojedine funkcije.

Funkcija upravljanja označava određivanje i usmjeravanje. Ona se ogleda u donošenju za poduzeće vitalnih odluka o procesima rada i o rezultatima rada. Ova je funkcija u suštini uvjetovana društvenim sustavom i organizacijskom strukturom društva i gospodarstva. Ta funkcija redovito pripada vlasniku neposredno, ali u novije doba on ju djelomično ili u cijelosti prenosi na managera. Poduzetničko upravljanje odlikuje se kreativnošću, otvorenošću, inovacijama i demokracijom u kojoj “svi misle i svi rade”, stvarajući kulturu rada i odnosa u poduzeću tako da su oni bolji unutar poduzeća nego što se prezentiraju okruženju.

Funkcija vođenja kao pojam nema tradiciju u gospodarstvu već u politologiji, sociologiji i psihologiji. Vodstvo kao društveni odnos nastaje između pojedinaca ili više njih i ostalih pripadnika određene društvene skupine, gdje pojedinac ili više njih podržava i potiče ostvarivanje zadataka i ciljeva pojedine skupine. Vodstvo nije funkcija, ono je konglomerat međuljudskih odnosa. Vođa je svatko tko ima sljedbenike.

Danas u pluralističkom svijetu i tržišnim društvima potrebni su stručni i sposobni vođe i vodstvo. Svako poduzeće, pogotovo u sve kompleksnijem i nestabilnijem gospodarskom okruženju mora imati vođu. U većini poduzeća u svijetu i kod nas previše se upravlja, a premalo vodi. Vođenje i upravljanje su dva različita, a istodobno i komplementarna sustava. Oba imaju

svoje funkcije i karakteristične aktivnosti i nužna su za uspjeh poduzeća. Oba sustava karakterizira:

- a) odlučivanje o onome što treba učiniti,
- b) organiziranje ljudi i odnosa s kojima se može izvršiti zadatak,
- c) osiguranje uvjeta pod kojima se realiziraju poslovi i zadaci

Upravljanje i vođenje ove zadatke izvode na različite načine. Upravljanje se bavi kompleksnošću, prije svega planiranjem. Suprotno tome, vođenje utvrđuje smjer i strategiju kojom se ostvaruje vizija izražena u planu. Upravljanje stvara organizacijsku strukturu poduzeća, izabire djelatnike i informira ih o planskom razvoju. Ono istodobno stvara i provodi sustav praćenja i kontrole ostvarivanja planiranih aktivnosti. Ekvivalentna aktivnost u vođenju je povezivanje ljudi i stvaranje timova djelatnika koji razumiju viziju i koji će se angažirati na njenom ostvarivanju. Vođa planiranu viziju i ostvarivanje cilja realizira motiviranjem djelatnika i održavanjem željenog pravca, bez obzira na poteškoće i prepreke koje se nalaze na putu ostvarivanja poslovnog cilja.

Funkcija rukovođenja je proces usmjeravanja, organiziranja i ponašanja drugih radi ostvarivanja nekog zadatka poduzeća onako kako su upravljačkom ili poduzetničkom odlukom ti zadaci i ciljevi postavljeni. Nosioci funkcije rukovođenja su djelatnici na različitim razinama složenosti zadatka, s odgovarajućim stupnjem ovlaštenja i odgovornosti u organizacijskoj strukturi poduzeća. Sadržaj funkcije rukovođenja je, s obzirom na njenu ulogu u odnosu prema aktivnostima poduzeća, pokretanje procesa rada i usklađivanje mnogobrojnih odvojenih operacija kako bi sve zajedno dovele do ostvarenja zajedničkog cilja. Rukovoditeljski impulsi kojima se pokreću procesi rada, omogućuju svim članovima radnog kolektiva da na svojim radnim mjestima obavljaju one operacije kojima se ostvaruje cilj poduzeća, onako kako je upravljačkom odlukom taj cilj postavljen. Nosioci funkcije rukovođenja su rukovodioci, od direktora do predradnika ili referenta, na određenim razinama složenosti zadataka, s odgovarajućim stupnjem ovlaštenja i odgovornosti.

Izvršna funkcija realizira konkretizirane aktivnosti, odnosno čovjek na svom radnom mjestu obavlja svoj zadatak, izvršavajući time i dio zadatka poduzeća u cjelini. Dok je sadržaj funkcije upravljanja u donošenju za poduzeće vitalnih odluka o procesima i rezultatima rada, izvršna funkcija te odluke realizira.

Sadržaj izvršne funkcije ogleda se u operacionalizaciji svakog konkretnog radnog zadatka na svakom pojedinom radnom mjestu. Udruživanje individualnog rada u kolektivni rad uspostavlja za svakog djelatnika kao nositelja izvršne funkcije u poduzeću obvezu ili dužnost da svoj zadatak izvrši na određeni način i pod određenim uvjetima. Organizacijska struktura izvršne funkcije ovisi o djelatnosti poduzeća, njegovoj veličini i razini podjele rada u njemu. Proces formiranja organizacijske strukture obuhvaća podjelu ukupnog zadatka poduzeća na manje pojedinačne poslove i zadatke.

3. EUROPSKA UNIJA I FINANCIRANJE PODUZETNIŠTVA

3.1. Mogućnosti financiranja poduzetništva i MSP-ova iz fondova Europske unije

Ulaskom Hrvatske u EU značajna financijska sredstva iz europskih fondova postala su dostupna za korištenje. Načelno, EU financira projekte sredstvima iz centraliziranih i decentraliziranih programa¹⁰. Upravljanje centraliziranim programima vrši se direktno u Bruxellesu, a služe za financiranje prioriteta od značaja za cijelu EU, dok su decentralizirani programi zasebni programi pojedine države članice, koji financiraju prioritete od značaja za državu članicu u skladu sa strateškim ciljevima na razini EU-a. Na primjer, iz sredstava strukturnih fondova financira se kohezijska politika EU-a kao glavna investicijska politika usmjerena na poticanje otvaranja radnih mjesta, poslovne konkurentnosti, gospodarskog rasta, održivog razvoja i poboljšanja kvalitete života građana Europske unije. Neki od glavnih ciljeva kohezijske politike su konvergencija, regionalna konkurentnost te europska međunarodna suradnja. Instrumenti kohezijske politike su fondovi:

- Europski fond za regionalni razvoj (*European Regional Development Fund – ERDF*), pomaže jačanju ekonomske i socijalne kohezije, služi za ulaganja u MSP-ove, proizvodnju, turizam, informatičko društvo, regionalnu i lokalnu infrastrukturu,
- Europski socijalni fond (*European Social Fund – ESF*), teži uspostavljanju gospodarske i socijalne ujednačenosti, služi ostvarivanju strateških ciljeva politike zapošljavanja u regijama koje su pogođene visokom stopom nezaposlenosti,
- Kohezijski fond (*Cohesion Fund – CF*), nastoji smanjiti ekonomske i socijalne razlike među državama članicama, namijenjen je državama čiji je BDP po stanovniku manji od 90 % prosjeka EU-a, služi financiranju velikih projekata u sektoru okoliša i prometa¹¹.

Navedeni fondovi, zajedno s Europskim poljoprivrednim fondom za ruralni razvoj (EAFRD) i Europskim fondom za pomorstvo i ribarstvo (EMFF), čine Europske strukturne i investicijske (ESI) fondove. Višegodišnjim financijskim okvirom za razdoblje 2014. – 2020. Hrvatskoj je dodijeljeno 10,68 milijardi eura, alociranih po pojedinim ESI fondovima. Preko europskih strukturnih i investicijskih fondova (ESI) se usmjerava više od polovice sredstava Europske

¹⁰ Kociper, U., Vojković, M., Protulipac, M. & Golubić Woudstra, V. (2014). EU fondovi – mogućnosti za poduzetnike. U L. Šimrak (ur.), *Edukativni priručnik za male i srednje poduzetnike*. 87-115. Znanje d.o.o. Zagreb.

¹¹ Vela, A., Madaras, M., Pavlica, M. & Šimrak, L. (2014). *EU fondovi 2014. – 2020*. Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte. Zagreb.

Unije, a svrha fondova je ulaganje u stvaranje radinih mjesta te održivo i zdravo europsko gospodarstvo i okoliš. Sve zemlje članice Europske Unije imaju na raspolaganju ESI fondove, a za korištenje istih ključan je strateški okvir, jer se novac iz fondova usmjerava na postizanje ciljeva zadanih u određenom strateškom okviru. Strateški okvir predstavlja niz javnih politika koji sadržavaju ciljeve i smjernice za razvoj Europske Unije i države članice. Na razini Republike Hrvatske strateški okvir za korištenje ESI fondova određen je Sporazumom o partnerstvu, operativnim programima, zajedničkim nacionalnim pravilima i zakonom o uspostavi institucionalnog okvira za korištenje ESI fondova u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014.-2020. te uredbama koje propisuju nadležnost pojedinih tijela za svaki ESI instrument.¹² Europski strukturni i investicijski fondovi (ESI) predstavljaju skup od dolje navedenih 5 fondova koji financiraju projekte koji odgovaraju prioritetima Kohezijske politike.

3.1.1. Raspodjela ESI-fondova

Raspodjela ESI fondova je prikazana u Tablici 1.

Tablica 1. Raspodjela ESI fondova, 2014. -2020.

Naziv ESI fonda	Iznos alokacije (u eurima)
Europski fond za regionalni razvoj (EFRR)	4.321.499.588
Kohezijski fond (CF)	2.559.545.971
Europski socijalni fond (ESF)	1.516.033.073
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)	2.026.222.500
Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)	252.643.138
Ukupno	10.675.944.270

Izvor: ESI fondovi 2014. – 2020. (<http://www.strukturnifondovi.hr/esi-fondovi-2014-2020>)

Dodijeljena financijska sredstva koriste se na nacionalnoj razini u skladu s operativnim programima u kojima se detaljno razrađuju mjere i aktivnosti za učinkovitu provedbu i korištenje alociranih sredstava. U Hrvatskoj su usvojena četiri operativna programa za razdoblje 2014. – 2020. na temelju kojih se koriste sredstva iz ESI fondova.

¹² Europski strukturni i investicijski fondovi: *ESI fondovi 2014. - 2020. - Europski strukturni i investicijski fondovi*. Raspoloživo na: <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/> (17. Rujan 2018).

3.2. Operativni programi u Hrvatskoj

Operativni programi su detaljno razrađeni planovi u kojima države članice predviđaju koliko će sredstava potrošiti iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova za vrijeme programskog razdoblja. Države članice operativne programe prijavljuju na temelju sporazuma o partnerstvu, a u operativnom programu se određuje koji će se, od 11 temeljnih ciljeva kohezijske politike, nastojati ostvariti koristeći sredstva dostupna tim operativnim programom. Republika Hrvatska je sastavila 4 takva programa, a aktivnosti unutar svakog operativnog programa financiraju se iz određenog Europskog strukturnog i investicijskog fonda. U financijskom razdoblju 2014.-2020. Hrvatskoj je raspoloživo 10,68 milijardi eura raspoređeno po različitim operativnim programima što pokazuju podaci navedeni u tablici.

Tablica 2. Operativni programi u Hrvatskoj, 2014. – 2020.

Naziv operativnog programa	Ukupna alokacija (mlrd. eura)
Konkurentnost i kohezija	6,881
Učinkoviti ljudski potencijali	1,850
Program ruralnog razvoja	2,383
Operativni program za pomorstvo i ribarstvo	0,253

Izvor: EU fondovi (<http://www.strukturnifondovi.hr/eu-fondovi>)

3.2.1. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. (OPKK)

Za sektor malog gospodarstva od posebne je važnosti Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. kojim se provode ciljevi kohezijske politike ulaganjem u infrastrukturne investicije u prometu, energetici, zaštiti okoliša i ICT-u, te pružanjem potpore razvoju poduzetništva i istraživačkih djelatnosti. Vrijednost programa iznosi 6,88 mlrd. eura, od čega su 4,32 mlrd. iz ERDF-a i 2,56 mlrd. iz CF-a. Navedenom iznosu treba pridodati 15 % iznosa sufinanciranja iz državnog proračuna, što čini 8,08 mlrd. eura ukupno raspoloživih sredstva (ESI Fondovi 2016b). Operativnim programom odabrano je 9 od 11 raspoloživih tematskih ciljeva definiranih na razini EU-a, što uz tehničku pomoć čini deset prioritarnih osi, te 24 investicijska prioriteta.

Najviše sredstava predviđeno je za investicije u zaštitu okoliša i održivost resursa (28,88 %), povezanost i mobilnost (19,04 %) i poslovnu konkurentnost (14,10 %), što iznosi više od 3/5 ukupnih programskih sredstava.

Tablica 3. Raspodjela sredstava prema OPKK-u 2014. – 2020.

Prioritetna os	Fond	Iznos (EUR)	Udio u OP-u (%)
Jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija	ERDF	664.792.165	9,66
Korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija	ERDF	307.952.676	4,48
Poslovna konkurentnost	ERDF	970.000.000	14,10
Promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije	ERDF	531.810.805	7,73
Klimatske promjene	ERDF	245.396.147	3,57
Zaštita okoliša i održivost resursa	ERDF	338.020.392	4,91
	CF	1.649.340.216	23,97
Povezanost i mobilnost	ERDF	400.000.000	5,81
	CF	910.205.755	13,23
Socijalno uključivanje i zdravlje	ERDF	356.500.000	5,18
Obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje	ERDF	270.914.791	3,94
Tehnička pomoć	ERDF	236.112.612	3,43
Ukupno	---	6.881.045.559	100,00

Izvor: OPKK 2014. – 2020.

Podaci ukazuju kako je više od 2,7 mlrd. eura dodijeljeno u pet prioriteta vezanih za konkurentnost (istraživanje i inovacije, ICT, razvoj malih i srednjih poduzeća, nisko ugljično gospodarstvo i obrazovanje). Preko 45 % ukupne alokacije ERDF-a namijenjeno je za podršku malim i srednjim poduzećima te istraživanje i inovacije. U okviru osi „Poslovna

konkurentnost“ definirana su dva investicijska prioriteta i četiri specifična cilja čije ostvarenje kroz konkretne natječaje i aktivnosti treba rezultirati unaprjeđenjem tržišne pozicije MSP-ova.

Tablica 4. Poslovna konkurentnost

Investicijski prioritet	Specifični cilj	Ukupna alokacija 970 mil. eura	
		Alokacija za spec. ciljeve	Alokacija za invest. prioritete
(3a) Promicanje poduzetništva, posebno olakšavajući ekonomsko iskorištavanje novih ideja i poticanje stvaranja novih poduzeća, uključujući putem poslovnih inkubatora	(3a1) Bolji pristup financiranju za male i srednje poduzetnike	250.000.000	483.000.000
	(3a2) Omogućavanje povoljnog okruženja za razvoj poduzetnika	233.000.000	
(3d) Podupiranje kapaciteta MSP-ova za rast na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom tržištu te angažiranost u inovacijskim procesima	(3d1) Poboljšanje razvoj i rast MSP-ova na domaćim i stranim tržištima	307.000 000	487.000.000
	(3d2) Poboljšanje inovativnosti MSP-ova	180.000.000	

Izvor: OPKK 2014. – 2020.

Mala i srednja poduzeća mogu prijaviti projektne prijedloge za ovu prioritetnu os na trenutno otvorene natječaje (1) Kompetentnost i razvoj MSP-ova (cilj 3d1, raspoloživa sredstva 867 mil. kn) za poboljšanje poslovnog razvoja i tehnološke spremnosti MSP-ova poticanjem ulaganja u kapacitete, posebice kroz izgradnju i/ili opremanje poslovnih jedinica, (2) Inovacije novoosnovanih MSP-ova (3d2, 22,8 mil. kn) za razvoj inovacija koje će rezultirati proizvodom koji je novost u ponudi poduzeća i/ili novost na tržištu, (3) Podrška razvoju MSP-ova u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotela (3d1, 304 mil. kn) za produljenje turističke sezone i podizanje konkurentnosti MSP-ova u turizmu i razvoja turističke destinacije kroz povećanje kvalitete i dodatne ponude hotela (izgradnja i opremanje novih, odnosno rekonstrukcija i opremanje postojećih objekata), (4) E-impuls (3d1, 25 mil. kn) za ulaganja u

nove poslovne jedinice ili proširenje kapaciteta postojeće jedinice u proizvodnji roba i usluga (ESI Fondovi 2016c).

Dosad su zatvoreni natječaji namijenjeni MSP-ovima za (1) ulaganje u proizvodnu tehnologiju (3d1, 357,2 mil. kn), (2) izgradnju proizvodnih kapaciteta i opremanje (3d1, 760 mil. kn), (3) poboljšanje konkurentnosti i učinkovitosti u područjima s razvojnim posebnostima kroz ICT tehnologije (3d1, 22,8 mil. kn) (ESI Fondovi 2016c).

Također, Indikativnim godišnjim planom poziva za dostavu projektnih prijedloga za 2016. predviđeni su natječaji za razvoj mreže poduzetničkih potpornih institucija (PPI) za pružanje visokokvalitetnih usluga za MSP-ove (cilj 3a2, indikativni iznos 22,8 mil.), razvoj poslovne infrastrukture (3a2, 152 mil. kn), razvoj poslovne infrastrukture – poduzetničke zone (3a2, 64,6 mil. kn), podrška poduzećima u zadovoljavanju zahtjeva certificiranja proizvoda u svrhu poboljšanog pristupa tržištima i povećanja konkurentnosti (3d1, 38 mil. kn), internacionalizacija rastućih i inovativnih MSP-ova – grupa MSP (3d1, 38 mil. kn), internacionalizacija rastućih i inovativnih MSP-ova – grupa PPI (3d1, 38 mil. kn), podrška poduzećima u zadovoljavanju norma, u svrhu poboljšanog pristupa tržištima i povećanju konkurentnosti (3d1, 22,8 mil. kn), podrška poduzećima u stjecanju znakova kvalitete u svrhu poboljšanog pristupa tržištima i povećanja konkurentnosti (3d1, 7,6 mil. kn) te komercijalizacija inovacija u poduzetništvu (3d2, 114 mil. kn) (ESI Fondovi 2016d).

Osim navedenog, određeni ciljevi usmjereni na MSP-ove bit će financirani u okviru ostalih prioritetnih osi. Primjerice, u okviru istraživanja i inovacija podupirat će se provedba primijenjenih istraživanja u suradnji s MSP-ovima, izgradnja i opremanje istraživačke infrastrukture poslovnog sektora te projekti istraživanja i razvoja koji rezultiraju novim proizvodima i uslugama, dok će se u okviru energetske učinkovitosti financirati projekti MSP-ova s ciljem poboljšanja energetske učinkovitosti njihovih postrojenja, povećanja energetske neovisnosti te ulaganja u obnovljive izvore energije.

Dodatno, za unaprjeđenje konkurentnosti MSP-ova od značaja su ulaganja u obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje čime se osigurava stručna i prilagodljiva radna snaga potrebna za kvalitetan rast i razvoj.

3.2.2. Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.–2020. (OPULJP)

Osnovni cilj provedbe Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. jest pridonijeti rastu zapošljavanja i jačanju socijalne kohezije u Hrvatskoj. Ukupna vrijednost programa iznosi 1,85 mlrd. eura, pri čemu 1,58 mlrd. eura dolazi iz sredstava ESF-a, uključujući 66 mil. eura iz Inicijative za zapošljavanje mladih (*Youth Employment Initiative – YEI*), dok ostatak čini vlastito sufinanciranje iz proračuna (ESI Fondovi 2016e). Sredstva su namijenjena za ulaganje u četiri prioritetne osi i tehničku pomoć, odnosno za 12 investicijskih prioriteta čijom provedbom se trebaju ostvariti 22 specifična cilja.

Tablica 5. Raspodjela sredstava prema OPULJP-u 2014. – 2020.

Prioritetna os	Fond	Iznos (EUR)	Udio u OP-u (%)
Visok stupanj zapošljavanja i mobilnost radne snage	ESF	400.578.985	25,32
	YEI	132.354.288	8,37
Socijalna uključenost	ESF	328.000.000	20,73
Obrazovanje i cjeloživotno učenje	ESF	450.000.000	28,44
Dobro upravljanje	ESF	191.276.944	12,09
Tehnička pomoć	ESF	80.000.000	5,06
Ukupno	---	1.582.210.217	100,00

Izvor: OPULJP 2014. – 2020.

Provedbom pojedinih prioriteta i ciljeva izravno se utječe na povećanje stope zaposlenosti te usvajanje i poboljšanje stručnih kompetencija zaposlenika što u konačnici unaprjeđuje konkurentnost gospodarstva. Ulaganje sredstava u ljudske potencijale preduvjet je rasta i razvoja MSP-ova, tako da se operativni programi međusobno nadopunjuju. Primjerice, aktivnosti u OPKK-u u dijelu stvaranja povoljnog okruženja za razvoj poduzetništva, trebaju se nadopuniti odgovarajućim aktivnostima iz OPULJP-a, koje se odnose na razvoj poduzetničkog obrazovanja, poduzetničkih i drugih kompetencija. Dodatno, u okviru osi

visokog stupnja zapošljavanja i mobilnosti radne snage, naglasak se dijelom stavlja na mjere zapošljavanja dugotrajno nezaposlenih i osoba čije vještine ne odgovaraju potrebama tržišta rada, povećanja održivog samozapošljavanja, posebice žena čime se povećava broj novih subjekata i ukupni poduzetnički potencijal, te povećanja zapošljivosti i brze integracije mladih na tržištu rada, dok se u dijelu obrazovanja i cjeloživotnog učenja potiče povećanje pristupa i kvalitete visokog obrazovanja, pristup cjeloživotnom učenju za sve dobne skupine te modernizacija ponude i kvalitete strukovnog obrazovanja. Načelno, navedena ulaganja utječu na usvajanje novih i unaprjeđenje postojećih znanja i vještina radne snage te njihovo usklađenje s potrebama tržišta rada. Trenutno je u okviru prioritetne osi „Socijalna uključenost“ otvoren natječaj za poticanje društvenog poduzetništva u cilju poticanja i osiguranja kapaciteta postojećih i budućih društvenih poduzetnika te povećanja vidljivosti društvenog poduzetništva putem informiranja javnosti i umrežavanja dionika. Ukupno je raspoloživo 8 mil. kn, a kao prijavitelji projekata mogu se javiti i mala i srednja poduzeća.

3.2.3. Program za konkurentnost poduzeća i MSP-ova (COSME)

Program za konkurentnost poduzeća i malih i srednjih poduzeća (COSME 2014-2020) ima za cilj poticanje konkurentnosti europskih poduzeća, a namijenjen je malim i srednjim poduzećima, sadašnjim i potencijalnim poduzetnicima i organizacijama za potporu poduzećima. Ukupni proračun programa iznosi 2,3 mlrd. eura, a njime se provodi u djelo Zakon o malom poduzetništvu. Programske mjere za mala i srednja poduzeća usmjerene su na olakšavanje pristupa financijskim sredstvima, potporu internacionalizaciji poslovanja i pristupu tržištima, stvaranje povoljnog okruženja za razvoj konkurentnosti te poticanje poduzetničke kulture (COSME 2015)¹³. Poboljšanje pristupa izvorima financiranja za mala i srednja poduzeća odnosi se na financiranje u različitim fazama životnog ciklusa poduzeća (osnivanje, proširivanje, poslovni transferi). Više od 1,3 mlrd. eura alocirano je za financijske instrumente kojima se olakšava financiranje MSP-ova zajmovima i vlasničkim kapitalom, a zahvaljujući suradnji s bankama i financijskim institucijama navedeni iznos moguće je uvećati do 25 mlrd. eura. Instrumentom za kreditna jamstva (*Loan Guarantee Facility*) osigurat će se jamstva i protu jamstva za financijske institucije u cilju generiranja dodatnih sredstava za financiranje MSP-ova u obliku zajmova i leasinga. Financijski instrument jamči za kredite do 150.000 eura, čime će biti olakšan pristup financiranju za 220 – 330.000 MSP-ova, a ukupna vrijednost sredstava

¹³ COSME. 2015. Preuzeto s https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en (10. svibnja 2018.)

procjenjuje se na 14 – 21 mlrd. eura. Instrumentom vlasničkog kapitala za rast (*Equity Facility for Growth*) osigurava se rizični kapital za investicijske fondove koji ulažu u MSP-ove, posebice u fazama proširivanja poslovanja i rasta. Ukupni iznos ulaganja procjenjuje se na 2,6 – 4 mlrd. eura, pri čemu će pristup kapitalu biti olakšan za 360 – 560 poduzeća. Navedenim financijskim instrumentima upravlja Europski investicijski fond u suradnji s financijskim institucijama u državama članicama. Podaci za Hrvatsku ukazuju kako su MSP-ovima na raspolaganju zajmovi i rizični kapital, koji su osigurani u suradnji s različitim programima i institucijama EU-a, kod ukupno 23 financijske institucije (Access to EU finance 2016)¹⁴.

3.3. Ostali izvori financiranja

Osim navedenih programa, postoje brojni drugi programi na razini EU-a koji olakšavaju MSP-ovima pristup financiranju, samostalno i/ili u suradnji s bankama i drugim financijskim institucijama. Primjerice, u okviru programa „Obzor 2020.“, namijenjenog financiranju istraživanja, razvoja i inovacija, kreiran je tzv. MSP instrument za visoko inovativne MSP-ove s jakim rastućim potencijalom. Instrumentom se osiguravaju pojedinačni iznosi financiranja do 2,5 mil. eura uz osiguranje poslovne potpore i mentorstva. Financiranje se odnosi na fazu izrade koncepta i procjene izvodljivosti (do 50.000 eura) i fazu demonstracije, tržišne replikacije i istraživanja i razvoja (0,5 – 2,5 mil. eura), dok se u fazi komercijalizacije osigurava potpora i mogućnost umrežavanja. Dosad su MSP instrumentom financirana 1.443 projekta ukupne vrijednosti 527 mil. eura (EASME 2016)¹⁵.

Programom „Kreativna Europa“ osigurano je 121 mil. eura jamstava i protu jamstava za poboljšanje pristupa financiranju MSP-ova u obliku zajmova financijskih institucija u sektorima kulture i kreativne industrije. Ukupni iznos zajmova procjenjuje se na 600 mil. eura. Izdana jamstva će pokrivati do 70 % vrijednosti pojedinačnog zajma, odnosno do 25 % vrijednosti portfelja ovih zajmova na razini institucije. Programom se namjerava prevladati nedostatak sredstava MSP-ova te povećati razumijevanje njihova poslovnog modela u cilju

¹⁴ Access to EU finance. 2016. Preuzeto s http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_en.htm (17. svibnja 2018.)

¹⁵ EASME. 2016. *Statistics on SME Instrument*. Preuzeto s <http://ec.europa.eu/easme/en/statistics-sme-instrument> (17. svibnja 2018.)

postizanja aktivnije uloge financijskih posrednika u kreditiranju ovih poduzeća u budućnosti (Digital Single Market 2016)¹⁶.

Mikro financiranje i društveno poduzetništvo, odnosno tzv. EaSI jamstvo kao dio Programa za zapošljavanje i društvene inovacije (*Programme for Employment and Social Innovation – EaSI*) namijenjen je mikro kreditiranju (do 25.000 eura) ranjivih skupina i mikro poduzeća te kreditiranju poduzeća koja se bave društvenim poduzetništvom (do 500.000 eura). Na raspolaganju je 96 mil. eura u obliku jamstava i protujamstava za financijske institucije koje kreditiraju navedena poduzeća (European Investment Fund 2016)¹⁷.

¹⁶ Digital Single Market. (2016). *Financial guarantee facility for the cultural and creative sector*. Preuzeto s <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/financial-guarantee-facility-culturecreative> (18. svibnja 2018.)

¹⁷ European Investment Fund. 2016. *EaSI Guarantee Financial Instrument*. Preuzeto s http://www.eif.org/what_we_do/microfinance/easi/index.htm (18. svibnja 2018.)

4. ANALIZA SUSTAVA POTICAJA NA RAZINI RH

U Republici Hrvatskoj 2014. godine na snagu je stupio Zakon o državnim potporama (NN 47/14 , 69/17) koji pod državne potpore uključuje i potpore lokalnih i regionalnih uprava i samouprava te potpore od strane Europske unije. Sukladno Zakonu o državnim potporama one se definiraju kao stvarni i potencijalni rashod ili umanjeni prihod države dodijeljen od davatelja državne potpore u bilo kojem obliku koji narušava ili prijeti narušavanjem tržišnog natjecanja stavljajući u povoljniji položaj određenog poduzetnika, proizvodnju određene robe i/ili usluge utoliko što utječe na trgovinu između država članica Europske unije ¹⁸.

Za dodjeljivanje ovakve vrste potpora potrebno je napraviti i program potpora. Prema Zakonu o državnim potporama, program državne potpore je pravni akt na temelju kojeg se, bez potrebe za dodatnim provedbenim mjerama, unaprijed neodređenim korisnicima državne potpore iste i dodjeljuju, kao i pravni akt na temelju kojeg se državna potpora koja unaprijed nije vezana uz poseban projekt dodjeljuje jednom ili više korisnika državne potpore na neodređeno vrijeme i/ili u neodređenom iznosu.

Projekt menadžeri smatraju da potpore za pokretanje poduzetničke aktivnosti podrazumijevaju davanje financijskih sredstava od strane državnih, lokalnih i regionalnih institucija te Europske unije koja bi pomogla poduzetnicima u realizaciji financiranja njihovih poduzetničkih pothvata. Potpore se mogu dodijeliti bilo kojem obliku poduzetničkog djelovanja, jedino su isključene javne ustanove, neprofitne organizacije i lokalne samouprave.

4.1. Institucije za potporu poduzetništva u RH

Institucije kojima je cilj pomoći razvoju poduzeća u Hrvatskoj su:

- **Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ)** - HZZ je ustrojen kao javna ustanova u vlasništvu RH. Osnovna zadaća je provoditi mjere aktivne politike zapošljavanja, rješavanje problema vezane uz nezaposlenost te učinkovito posredovanje na tržištu rada razvojem usluga visoke kvalitete i razvojem

¹⁸ Zakon o državnim potporama (NN 47/14, NN 69/17)

vlastitih znanja vještina i sposobnosti. Uz osnovne zadaće ciljevi su povećanje konkurentnosti radne snage, razvijanje ljudskih potencijala, te pružanje novih usluga na tržištu rada. Korisne aktivne mjere za poduzetnike početnike su potpore za samozapošljavanje koje pružaju novim poduzetnicima kroz program „Od mjere do karijere“.

- **Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO)** - Osnovna uloga MINPO-a je usmjeravanje razvoja malog i srednjeg poduzetništva kreiranjem politika te stvaranje pozitivnog okruženja za poduzetnike. Ostvarivanje međunarodne suradnje u području obrtništva te malog i srednjeg poduzetništva te provedba programa za korištenje fondova EU koji su namijenjeni unapređenju i ekonomskom razvoju je jedan od zadataka MINPO-a. Također naglasak je na razvijanju konkurentnosti, inovacija, novih tehnologija te poticanju razvoja slobodnih i poduzetničkih zona koja su ključne za razvoj malog i srednjeg poduzetništva. Trenutni programi koje provodi MINPO a koji su bitni za mlada inovativna poduzeća su programi dodjele potpora male vrijednosti za povećanje inovativnosti, te program E-impuls u okviru Operativnog programa Konkurentnost i Kohezija 2014-2020. Ovi programi za cilj imaju poboljšanje razvoja inovativnih malih poduzetnika te poboljšanje njihove poslovne uspješnosti i tehnološke spremnosti¹⁹.
- **Hrvatska gospodarska komora (HGK)** - HGK je samostalna, stručna poslovna organizacija koja zastupa i usklađuje zajedničke interese svojih članova te surađuje sa Saborom RH i Vladom RH. Ona nudi svojim članovima pravnu pomoć u obliku besplatnih pravnih informacija te sudjeluje u izgradnji gospodarskog sustava i određivanju tekuće razvojne i ekonomske politike. HGK ima veliku bazu podataka, poslovnih kontakata u zemlji i inozemstvu te je od velike pomoći poduzetnicima u pronalaženju poslovnih partnera, sufinanciranju nastupa na sajmovima, ponudi informacija o financiranju poduzetnika te prijavi za dobivanje EU sredstava. Trenutno HGK provodi programe kao što su *WebStart* i *Plan Start* čiji je osnovni cilj pružiti podršku malim inovativnim poduzetnicima da svoje poslovne kapacitete pretvore u svoj plan poslovanja, te da svoje poslovanje obogate primjenom modernih internet tehnologija. Također jedan od programa koji je trenutno u fazi provođenja je T4 (*Transnational Technology Transfer Training*)

¹⁹ Ministarstvo poduzetništva i obrta, raspoloživo na: <https://poduzetnistvo.gov.hr/>

koji za cilj ima prijenos znanja i tehnologija MSP-ovima u svrhu bolje reakcije malih poduzeća na promjene u poslovnom svijetu²⁰.

- **Hrvatska obrtnička komora (HOK)** - HOK je poslovna organizacija koje zastupa interese obrtništva te je organizirana u 20 područnih obrtničkih komora na razini županije, 115 udruženja obrtnika na razini gradova i općina te 18 sekcija i cehova. Glavni zadatci su joj zastupanje interesa poduzetnika i obrtnika pred državnim tijelom, pružanje pomoći kod osnivanja i poslovanja obrta, vođenje knjiga obrtnika te davanje mišljenja državnim tijelima prilikom donošenja zakona u području obrtništva. Svojim savjetodavnim uslugama kao što su Poslovna skica, Obrtnik početnik, Poslovni plan, HOK pomaže poduzetnicima i obrtnicima u njihovom poslovanju²¹.
- **Poduzetnički inkubatori** - Poduzetnički inkubator je poslovno govoreći tvrtka koja pomaže novim i *startup* tvrtkama da se razviju pružajući im usluge kao što su menadžment prilikom donošenja poslovnih odluka te im najčešće daju i poslovni prostor. Inkubatori za razliku od znanstvenih i tehnoloških parkova nastoje u novu tvrtku ući u što ranijoj fazi ili prilikom osnivanja. Znanstveni i tehnološki parkovi s druge strane teže većim projektima koji mogu biti u različitim sferama poslovanja od poduzetništva, vlade ili čak do laboratorijskih kompanija. Kroz proces inkubacije, investitorski inkubator nastoji stvoriti potpuno financijski, razvojno operativan i funkcionalni projekt. U RH u 2016. godini djelovalo je 42 poduzetnička inkubatora.
- **Poduzetnički akceleratori** - Poduzetnički akcelerator je višemjesečni program edukacija koji kroz savjetovanje, radionice i podršku mladim poduzetnicima nastoji unaprijediti, poslovne vještine, ali ih i pripremiti kako bi što bolje nastavili rad i vodili svoje tvrtke te unaprijedili inovativne koncepte. Akcelerator *startupu* ne uzima veliki dio udjela u poduzeću za prolazak kroz obuku, ali za taj mali dio udjela nudi im višemjesečnu obuku gdje kroz razne radionice i seminare uči kako se nositi s teškim poslovnim odlukama u svom poslovanju. Samim završetkom obuke startup „diplomira“ te je sa stečenim znanjem spreman dalje aktivno

²⁰ Hrvatska gospodarska komora, raspoloživo na: <http://www.hgk.hr/pravne-informacije/>

²¹ Hrvatska obrtnička komora, raspoloživo na: http://www.hok.hr/o_hok_u/ustroj/

donositi poslovne odluke koje će na najbolji mogući način utjecati na poslovnu budućnost tvrtke.

4.2. Institucije za financijsku potporu poduzetništva u RH

Prethodno je ukazano na brojne institucije i njihovu aktivnosti usmjerene na poticanje poduzetništva. Financijsku potporu razvoju poduzetništva pružaju:

- **Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG BICRO)** - HAMAG BICRO je nastala spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijske agencije RH (BICRO) 2014. godine. Glavne djelatnosti agencije su pružanje podrške poduzetnicima u svim fazama njihovog poslovanja kroz ulaganje u malo gospodarstvo, financiranje poslovanja, kreditiranjem subjekata malog gospodarstva te davanjem jamstava subjektima malog gospodarstva za odobrene kredite te pružanje potpora za istraživanje, razvoj i primjenu suvremenih tehnologija. Krajnji cilj je ostvariti stimulativno okruženje u kojoj će biti moguće realizirati kvalitetne investicijske projekte što u konačnici donosi razvoj cjelokupnog gospodarstva, porast stope zaposlenosti te konkurentnost u izvozu. Jedan od programa za poduzetnike početnike je POC (Program provjere inovativnog koncepta) u kojem je ključni cilj inovativnim projektima pružiti priliku i uspostaviti strategiju za nastavak komercijalizacije. Ovaj program je usmjeren za aktivnosti u početnoj fazi razvoja novih proizvoda i usluga. Projekt mora dokazati inovativnu ideju ili koncept za koji nema dokaza je li uopće funkcionira tj. mora postojati tehnološki rizik. Vrijednost financiranja je od minimalno 35.000 do maksimalno 350.000 kuna po projektu u trajanju do najviše 12 mjeseci²².
- **Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR)** - HBOR je razvojna i izvozna banka RH. Osnovna joj je zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva kroz kreditiranje, osiguranje izvoza, izdavanjem garancija itd. Osnovana je 1992. godine kao Hrvatska kreditna banka za obnovu (HKBO) da bi 1995. godine promijenila naziv u Hrvatsku banku za obnovu i razvoj (HBOR). Osim osnovne djelatnosti kreditiranja, dodatne

²² Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije, raspoloživo na : <http://www.hamagbicro.hr/inovacije/privatni-sektor/poc-za-poduzetnike/o-programu/>

djelatnosti HBOR-a odnose se na poticanje izvoza, poticanje zaštite okoliša, davanje potpore razvitku malog i srednjeg poduzetništva te osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika. HBOR-ov program kreditiranja poduzetnika početnika odnosno start-up poduzetnika je konkretno namijenjen za poduzetnike koji po prvi put osnivaju obrt ili trgovačko društvo. Da bi ispunili uvjete kreditiranja ne smiju biti vlasnici u drugom trgovačko društvo/obrtu ili suvlasnici s udjelom većim od 30%, te moraju biti stalno zaposleni u osnovanom trgovačkom društvu/obrtu nakon realizacije ulaganja. Najniži iznos kredita je 80.000 a najviši 1.800.000 kuna uz kamatnu stopu od 2%²³.

4.3. Vrste potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti

Potpore za pokretanje poduzetničke djelatnosti mogu se podijeliti s obzirom na davatelja potpora. Razgovarajući i analizirajući sustav potpora sa stručnim osobama i projekt menadžerima dolazi se do zaključka da potpore mogu biti:

- državne potpore – dodjeljuju ih državne institucije poput Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, različitih ministarstava (Ministarstvo financija, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo hrvatskih branitelja itd.),
- potpore lokalnih i regionalnih uprava i samouprava – dodjeljuju ih gradovi i županije,
- potpore Europske unije – dodjeljuju se iz fondova Europske unije poput strukturnog i kohezijskog fonda.

Osim navedenih vrsta potpora postoje i tzv. potpore male vrijednosti. Prema Zakonu o državnim potporama potpora male vrijednosti je potpora uređena važećom uredbom Europske unije koja zbog svog iznosa ne narušava ili ne prijeti narušavanjem tržišnog natjecanja i ne utječe na trgovinu između država članica Europske unije. Potpore male vrijednosti su potpore do 200.000,00 eura kumulativno u tri fiskalne godine²⁴.

²³ Hrvatska banka za obnovu i razvoj: raspoloživo na: <https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2017/05/Po%C4%8Detnici-Pk-poduzetnika-po%C4%8Detnika-1612-1704.pdf>

²⁴ Zakon o državnim potporama, NN 47/14, NN 69/17, 2017)

Sukladno Zakonu o državnim potporama razlikuju se i pojedinačne potpore te potpore izuzete od obveze prijave Europskoj komisiji. Pojedinačna potpora je potpora koja nije dodijeljena na temelju programa državne potpore, dok se potpore izuzete od obveze prijave Europskoj komisiji mogu definirati kao potpore koje prije njihove dodjele nije potrebno prijaviti Europskoj komisiji u skladu s važećim propisima.

4.3.1. Potpore za pokretanje poduzetničke aktivnosti koje dodjeljuje RH

Na razini države postoji nekoliko institucija koje dodjeljuju potpore za pokretanje poduzetničke aktivnosti, odnosno za samozapošljavanje. Prije svega, to je Hrvatski zavod za zapošljavanje koji je na svojem službenom web sjedištu objavio uvjete i kriterije kako bi se mogla dobiti navedena potpora. Uvjeti Hrvatskog zavoda za zapošljavanje za dobivanje navedene potpore su:

- potporu mogu koristiti sve nezaposlene osobe koje su prošle aktivnosti vezane uz samozapošljavanje u suradnji sa savjetnikom,
- ova mjera traje 12 mjeseci,
- financiranje: do 35.000,00 kn, odnosno 40.000,00 kn ako se ista kombinira sa stručnim osposobljavanjem za rad bez zasnivanja radnog odnosa, za otvaranje obrta ili slobodne profesije daje se do 70.000,00 kn, za udruživanje u zadruge (do 5 osoba) dodjeljuje se do 175.000,00 kn, a za udruživanje u trgovačka društva (do 4 osobe) dodjeljuje se do 140.000,00 kn.

Kako bi se dobila potpora za samozapošljavanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje potrebno je:

- napisati poslovni plan,
- proći aktivnosti samozapošljavanja sa savjetnikom,
- izraditi troškovnik.

Državna institucija koja također dodjeljuje potpore za samozapošljavanje je Ministarstvo hrvatskih branitelja koje dodjeljuje potpore isključivo hrvatskim braniteljima ili djeci smrtno stradalog i zatočenog hrvatskog branitelja. Ova potpora se odnosi na osnivanje obrta, obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva i trgovačkog društva, a iznosi 40.000,00 kn.

Uvjeti za potporu Ministarstva hrvatskih branitelja su:

- osoba kojoj se dodjeljuje potpora mora biti 30 dana nezaposlena, odnosno prijavljena na Hrvatskom zavodu za zapošljavanje,
- osoba kojoj se dodjeljuje potpora nije smjela i ranije koristiti navedeni poticaj,
- djelatnost se mora registrirati u godini u kojoj se podnosi zahtjev za dobivanje potpore samozapošljavanja²⁵.

Osim potpora za samozapošljavanje postoje i potpore u vidu subvencioniranja kredita potrebnih za pokretanje poduzetničke aktivnosti. Krediti se subvencioniraju u vidu poticajnih programa kreditiranja, a jedan od najpoznatijih programa kreditiranja je program Hrvatske banke za obnovu i razvitak.

Za investicijske projekte malih i srednjih poduzetnika kamatne stope HBOR kredita se najčešće kreću od 2% do 4% godišnje, a iznosi kredita najčešće od 80.000 do 8 milijuna kuna. Kredite je moguće realizirati izravno kod HBOR ili putem poslovnih banaka²⁶. Hrvatska banka za obnovu i razvitak uz potporu Europske unije vrši tzv. Mikro kreditiranje, čija je ključna svrha samozapošljavanje. Program mikro kreditiranja Hrvatske banke za obnovu i razvitak namijenjen je financiranju osnovnih sredstava (osnivačka ulaganja, zemljište, građevinski objekti, oprema i uređaji, osnovno stado, podizanje dugogodišnjeg nasada, razvoj proizvoda ili usluge, patent, licence, koncesije, autorska prava, franšize) i/ili obrtnih sredstava.

Uvjeti mikro kreditiranja Hrvatske banke za obnovu i razvitak su²⁷:

- najviši iznos mikro kredita je u kunskoj protuvrijednosti 25.000,00 €,
- cijeli iznos kredita može se koristiti za ulaganja u osnovna i/ili obrtna sredstva, a PDV se ne financira,
- početak je do 1 godine,
- rok otplate je do 5 godina uključujući početak i rok korištenja kredita,

²⁵ Središnji državni portal (2017) Poticanje samozapošljavanja, URL: <https://gov.hr/moja-uprava/branitelji/zaposljavanje/poticanje-samozaposljavanja/405>

²⁶ Kagor (2015) Vodič za poticaje i potpore za poduzetnike, URL: <https://www.kagor.hr/hr/poticaaji-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike>

²⁷ Prosperikon (2016) Sve što želimo znati o bespovratnim sredstvima, URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:I3IX4BkTWVMJ:prosperikon.hr/wp-content/uploads/2016/02/Drzavne-potpore.pptx+&cd=6&hl=hr&ct=clnk&gl=hr>

- krediti se odobravaju u kunama uz valutnu klauzulu,
- kamatna stopa koju poslovna banka plaća HBOR-u iznosi 3,7% godišnje,
- kamatnu stopu za krajnjeg korisnika utvrđuje poslovna banka ovisno o procjeni rizika plasmana, o čemu je dužna izvijestiti HBOR,
- Kamatna stopa je promjenjiva temeljem odluke Uprave HBOR-a, a prema kriterijima Odluke o kamatnim stopama i Pravilnika o načinu i rokovima obračuna kamata HBOR-a.

Osim navedenih državnih potpora postoji i tzv. program Eureka 2018. Ovim programom se potiče djelovanje poduzeća na međunarodnom tržištu, odnosno suradnja i rad s inozemnim partnerima. Program je namijenjen i malim i srednjim i velikim poduzećima, a cilj programa je potaknuti tvrtke na ulaganje u istraživanje i razvoj.

Kriteriji za projekte i konzorcije u sklopu programa Eureka 2018 su²⁸:

- konzorcij treba sadržavati najmanje dva nepovezana poduzeća koja žele provesti suradnički projekt iz najmanje dvije zemlje koje sudjeluju u pozivu,
- predloženi projekti bi trebali biti istraživačko-razvojnog karaktera s ciljem stvaranja novog, inovativnog proizvoda, usluge ili procesa,
- projekt može biti iz bilo kojeg sektorskog ili tehnološkog područja,
- projekt mora imati civilnu primjenu,
- projekt mora biti uravnotežen (jedan partner ne smije snositi više od 75% projektnih troškova),
- predloženo trajanje je između 12 i 36 mjeseci,
- iznos sufinanciranja za hrvatskog partnera je maksimalno 150.000 eura po projektu, a model financiranja su bespovratna sredstva.

Pregledom svih vrsta potpora možemo zaključiti da je najjednostavnija i najprihvatljivija potpora, odnosno mjera samozapošljavanja koju dodjeljuje Hrvatski zavod za zapošljavanje, a upravo zato jer se radi o bespovratnim sredstvima te što se prolaze aktivnosti samozapošljavanja sa savjetnikom. Naime, savjetnik usmjerava i pomaže osobi na koji način osnovati, voditi i

²⁸ Plavi ured (2017) Programi potpore – Eureka 2018, URL: <http://plaviured.hr/potpore/eureka-program-2018/>

organizirati vlastito poduzeće, čime se dodatnim znanjima i informacijama iz područja poduzetništva znatno umanjuje rizik od propasti projekta, odnosno poduzeća.

4.3.2. Bespovratna sredstva za pokretanje poduzetničke aktivnosti u RH koje dodjeljuje Europska unija

Europska unija dodjeljuje bespovratna sredstva za pokretanje poduzetničke aktivnosti u vidu kohezijske politike, a financira se iz tri fonda, a to su kohezijski fond, Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond. Europska unija je objavila niz programa koji potiču samozapošljavanje u Republici Hrvatskoj. Ti programi su, prvenstveno, namijenjeni mladim osobama do navršene 41. godine života.

Neke od mjera Europske unije za poticanje samozapošljavanja su²⁹:

- **Potpore mladim poljoprivrednicima**

Visina potpore iznosi 50.000,00 € bespovratnih sredstava, odnosno do 100% vrijednosti ukupnih prihvatljivih troškova. Prihvatljivi korisnici jesu mladi poljoprivrednici odnosno osobe starije od 18 i mlađe od 40 godine i osobe koje nisu nositelji poljoprivrednog gospodarstva duže od 18 mjeseci. Poljoprivredno gospodarstvo mora u trenutku podnošenja zahtjeva za potporu imati ekonomsku veličinu od 8.000 eura do 49.999 eura.

- **Potpore ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području**

Visina potpore iznosi 50.000 € bespovratnih sredstava, odnosno do 100% ukupnih prihvatljivih troškova. Korisnik mora biti upisan u Upisnik poljoprivrednika najmanje godinu dana prije podnošenja zahtjeva za potporu (OPG, obrt ili trgovačko društvo). Poljoprivredno gospodarstvo mora u trenutku podnošenja zahtjeva za potporu imati ekonomsku veličinu od najmanje 1.000 eura.

- **Potpore razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava**

Bespovratna sredstva se dodjeljuju u iznosu od 15.000 € s intenzitetom potpore od 100%. Poljoprivredno gospodarstvo mora u trenutku podnošenja zahtjeva za potporu imati ekonomsku veličinu od najmanje 2.000 eura do maksimalno 7.999 eura. U trenutku

²⁹ Euro konzalting (2017). Bespovratna sredstva i krediti, URL: <http://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/124-bespovratna-sredstva-za-mlade-poduzetnike-do-250-000-kuna>

prijave na natječaj poljoprivredno gospodarstvo mora biti upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava.

- **Ulaganje u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima**

Visina potpore iznosi 3.500 € do 200.000 € bespovratnih sredstava s intenzitetom potpore od 70% od ukupnih prihvatljivih troškova. Potencijalni prijavitelj mora biti upisan u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava minimalno 12 mjeseci. Ekonomska veličina gospodarstva mora biti minimalno 2.000 eura. Ulaganje se mora provoditi u naselju do 5.000 stanovnika.

- **Potpora za ulaganje u poljoprivredna gospodarstva**

Visina potpore iznosi od 5.000 € do 1.000.000 € s intenzitetom potpore do 90%. Korisnik mora biti upisan u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava najmanje godinu dana prije podnošenja zahtjeva za potporu (OPG, obrt ili trgovačko društvo) izuzev mladih poljoprivrednika koji u Upisniku mogu biti i manje od godinu dana. Ekonomska veličina od najmanje 6.000 eura za ulaganja u sektor voća i povrća te najmanje 8.000 eura za ulaganja u ostalim sektorima.

- **Potpora za ulaganje u preradu, marketing i/ili razvoj poljoprivrednih proizvoda**

Moguće je ostvariti potporu od 600 € do 150.000 € s intenzitetom potpore do 100%. Prihvatljivi korisnici su mikro, mali, srednji i veliki poslovni subjekti. Kategorija mikro, malih i srednjih poduzeća („MSP“) sastoji se od poduzeća koja imaju manje od 250 zaposlenih i godišnji promet koji ne premašuje 50 milijuna eura. Prihvatljivi korisnici su fizičke i pravne osobe upisane u Upisnik poljoprivrednika najmanje godinu dana u trenutku podnošenja zahtjeva za potporu pod uvjetom da najkasnije u trenutku podnošenja konačnog zahtjeva za isplatu budu registrirane za preradu poljoprivrednih proizvoda. Proizvođačke organizacije priznate sukladno posebnim propisima koji uređuju rad proizvođačkih organizacija, pod uvjetom da najkasnije u trenutku podnošenja konačnog zahtjeva za isplatu budu registrirane za preradu poljoprivrednih proizvoda.

4.4. Primjeri realiziranih potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti u RH

Web –dizajn i grafičke usluge

Ženska osoba (40 godina), diplomirani grafički inženjer s 15 godina radnog iskustva u području web-dizajna i grafičkog dizajna, otvorila je obrt koji pruža usluge grafičkog i web-dizajna. Posjedovala je potrebnu računalnu opremu za obavljanje navedene djelatnosti te je uz zahtjev

dostavila i četiri pisma namjere o budućoj suradnji (Društvo psihologa Istre, Dom za psihičke bolesne osobe Vila Maria, Digitalni klik d.o.o., udruga Veliki mali čovjek). Odobrena su joj sredstva u iznosu od 36.011,12 kn, a ugovorne obveze uredno izvršava (trajanje ugovornih obveza od 09.11.2011.do 08.11.2012.).

Ugostiteljski obrt –snack bar

Muška osoba (25 godina), iskusni ugostitelj, s 5 godina radnog iskustva u području ugostiteljstva, otvara j.d.o.o. (Perpetuum snack bar) za pripremu i usluživanje hrane. Iznajmljuje uređen prostor na atraktivnoj lokaciji, zapošljava 3 osobe, a uz zahtjev dostavlja planiranu projekciju prihoda i poslovni plan. Odobrena su mu sredstva u iznosu od 49.033,10 kn i uredno izvršava ugovorene obveze (trajanje ugovornih obveza 01.02.2018 – 02.02.2018.).

Obrt za krojenje i šivanje

Ženska osoba (43 godine), odjevna tehničarka s 22 godine radnog iskustva, otvorila je krojački obrt u kojem će pružati usluge popravaka, skraćivanja, prepravljanja odjeće i sl. te su joj odobrena sredstva u iznosu od 29.190,40 kn. Pri podnošenju zahtjeva dostavila je ugovor o najmu prostora te je posjedovala industrijsku šivaću mašinu. Uredno izvršava ugovorne obveze (trajanje ugovornih obveza od 10.10.2011. do 09.10.2012.).

Souvenir shop

Ženska osoba (40 godina), prodavačica s više od 12 godina radnog iskustva, dugotrajno je nezaposlena te je otvorila obrt za izradu suvenira. Prilikom dostavljanja poslovnog plana priložila je i ugovor o najmu poslovnog prostora u Zagrebu. Sredstva su joj isplaćena u iznosu od 29.190,40 kn, a ugovorne obveze uredno izvršava (trajanje ugovornih obveza od 06.05.2011. do 05.05.2012.).

5. ANALIZA PODUZETNIČKE AKTIVNOST HRVATSKE S OBZIROM NA POTPORE EU

Od 2002. godine Hrvatska sudjeluje u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanju, najvećem svjetskom istraživanju poduzetništva, a u narednom dijelu ovog rada prikazati će se rezultati istraživanja za 2017. godinu. Usporedba s rezultatima istraživanja u 2016. i 2015. godini omogućuje uvid u promjene koje su nastale.

Samim time što je dio GEM istraživanja, Hrvatska ima mogućnost intervencije u različite aspekte poduzetničkog kapaciteta koje su temeljene na istraživačkim spoznajama a ne a ne pretpostavkama (od oblikovanja nacionalnih politika, do pokretanja obrazovnih programa ili kreiranja financijskih instrumenata za različite faze životnog ciklusa poslovnog pothvata).

GEM istraživanje izgrađuje osnovicu za vertikalno i horizontalno uspoređivanje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora, kojima se prate promjene u poduzetničkoj aktivnosti na individualnoj razini i u kvaliteti poduzetničke okoline. Poduzetnička aktivnost na individualnoj razini prati se kroz različite faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera, do pokretanja i rasta poslovnog pothvata, te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od propisa, društveni status). Od 2011. godine prati se i poduzetnička aktivnost zaposlenika.

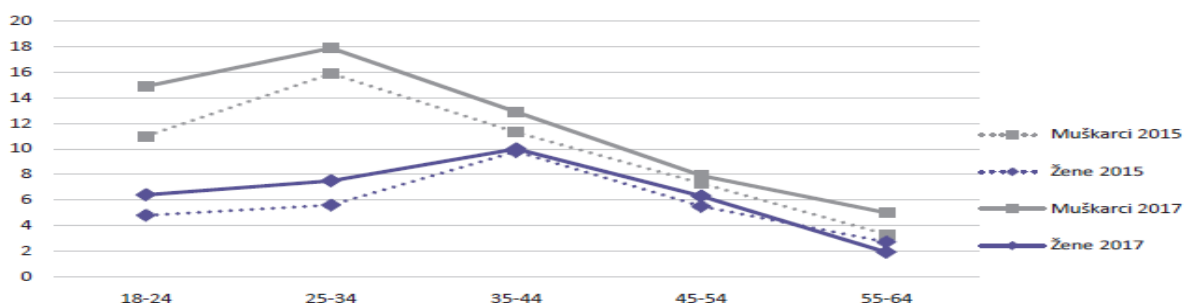
Praćenje poduzetničke okoline vrši se kroz dimenzije pristupa novcu, vladine politike (prema prioritetima, prema regulatornom okviru), vladine programe, obrazovanje (srednjoškolsko i niže, te iznad srednjoškolskog), transfer istraživanja i razvoja, usluge profesionalne i komercijalne infrastrukturu, fizičku infrastrukturu i društvene i kulturološke norme.

Uz pomoć standardiziranih upitnika i metodologije istraživanja, prikupljaju se svake godine mišljenja reprezentativnog uzorka odraslih stanovnika 18-64 godine starosti (najmanje 2000 u svakoj zemlji), te izabranih eksperata (najmanje 36 u svakoj zemlji). Na taj način omogućava se svakoj zemlji da prati promjene i obrasce poduzetničkog ponašanja u svojoj zemlji (za Hrvatsku je to od 2002. godine), te da se uspoređuje s drugima, ili kroz kriterij pripadnosti istoj razvojnoj fazi gospodarstva, ili geografski, ili s pojedinim zemljama s obzirom na neku specifičnost zbog koje se takva zemlja izabere kao uzor (*benchmark*).

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti daje uvid u uključenost, sektorsku fokusiranost i uravnoteženost regionalnog razvoja, te predstavlja svojevrsni indikator kvalitete života u zemlji. Zbog toga je važno da kapacitet poduzetničkog djelovanja bude ravnomjerno rasprostranjen u društvu, bez obzira na rodnost, dob, obrazovnu strukturu, gospodarski sektor ili regiju, tj. da se ostvari uključenost svih. U GEM istraživanju poduzetnički kapacitet zemlje prati se kroz pokazatelje o ranoj poduzetničkoj aktivnosti do 3,5 godine starosti (TEA), o „odraslim“ poslovnim pothvatima (starijim od 3,5 godine) i kroz pokazatelje o poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika. Analiza rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti temelji se samo na pokazateljima o ranoj poduzetničkoj aktivnosti (TEA)³⁰.

Tablica 6. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2015.	11,0	15,9	11,3	7,3	3,3
Žene 2015.	4,8	5,6	9,8	5,5	2,7
Muškarci 2016.	11,7	16,9	13,5	9,5	4,5
Žene 2016.	5,4	8,7	9,5	3,6	1,4
Muškarci 2017.	14,9	17,9	12,9	7,9	5,0
Žene 2017.	6,4	7,5	10,0	6,3	1,9



Poduzetnički su najaktivniji muškarci u dobnoj skupini 25-34, a žene u dobnoj skupini 35-44. Najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti po kriteriju rodnosti je u dobi 18-24 i 25-34, što proizlazi iz majčinstva, ali i raspoloživosti uvjeta koji omogućavaju ravnopravne uloge u organizaciji obiteljskog života (jaslice, vrtići, obroci u školama i na radnom mjestu, roditeljski dopust očeva, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji...). U kasnijim dobnim skupinama

³⁰ CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, GEM Hrvatska 2017- analiza rezultata istraživanja 'Razvoj i primjena modela za procjenu potencijala za rast poduzeća' financiranim od Hrvatske zaklade za znanost, Zagreb, 2018. Preuzeto s : <https://www.cepor.hr/rezultati-istrazivanja-gem-hrvatska-2017/> (20.09.2018.)

razlike u poduzetničkoj aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti se smanjuju (osim što u 2016. i 2017. godini taj jaz se otvara u najstarijoj dobnoj skupini).

5.1. Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti prema sektorima

Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti po djelatnostima / sektorima ukazuje na razinu specijalizacije ali i razlike u privlačnosti za poduzetničko djelovanje u pojedinom sektoru. U GEM istraživanju prati se rana poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) u 11 različitih djelatnosti koje se mogu grupirati u sljedeća četiri sektora: ekstraktivni, prerađivački, poslovne usluge orijentirane poduzećima i poslovne usluge orijentirane krajnjim potrošačima.

Tablica 7. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima - %

Godina	Ekstraktivna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orijentirane	
			poduzećima (B2B)	potrošačima (B2C)
2015.	16,8	23,6	25,5	36,1
2016.	16,3	28,5	20,9	34,3
2017.	20,6	25,6	22,4	31,4
EU, 2017.	6,6	22,9	27,6	42,9
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2017.	5,5	22,7	11,4	60,4
Gospodarstva temeljenim na inovacijama, 2017.	4,1	19,6	28,7	47,5

Izvor: GEM 2018.

Sektorska distribucija novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju 2015.-2017. godine rast u ekstraktivnoj industriji i pad poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih poduzećima i potrošačima. Uspoređujući Hrvatsku s prosjekom poduzetničkih aktivnosti u tim sektorima u EU, Hrvatska ima manje novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima i značajnije više u sektoru ekstraktivne industrije.

5.2. Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti prema regijama

Za potrebe GEM istraživanja, županije i Grad Zagreb grupirani su u šest regija, po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske:

- Zagreb i okolica
- Slavonija i Baranja
- Sjeverna Hrvatska
- Lika i Banovina
- Istra, Primorje i Gorski Kotar
- Dalmacija

Poduzetnička aktivnost po regijama mjerena TEA indeksom nastavlja oscilirati i u razdoblju 2015.-2017. Rast poduzetničke aktivnosti pokazuje samo Sjeverna Hrvatska.

Tablica 8. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, %

Godina	Zagreb okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	8,2	3,9	7,7	4,4	11,8	9,0	7,7
2016.	11,4	5,7	8,1	7,5	7,5	7,7	8,4
2017.	9,9	5,1	8,8	6,7	9,8	11,2	8,9

Izvor: GEM 2018.

Uključivanjem razloga za ulazak u poduzetničku aktivnost (uočena prilika ili nužnost), slika o rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti dobiva dvije dodatne informacije. Rast poduzetničke aktivnosti (mjereno TEA indeksom) u Sjevernoj Hrvatskoj praćen je rastom pokretanja poslovnog pothvata zbog nužde. Pad poduzetničke aktivnosti iz nužde vidljiv je u „regijama“ Zagreb i okolica, te Istra, Primorje i Gorski Kotar.

Tablica 9. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, %

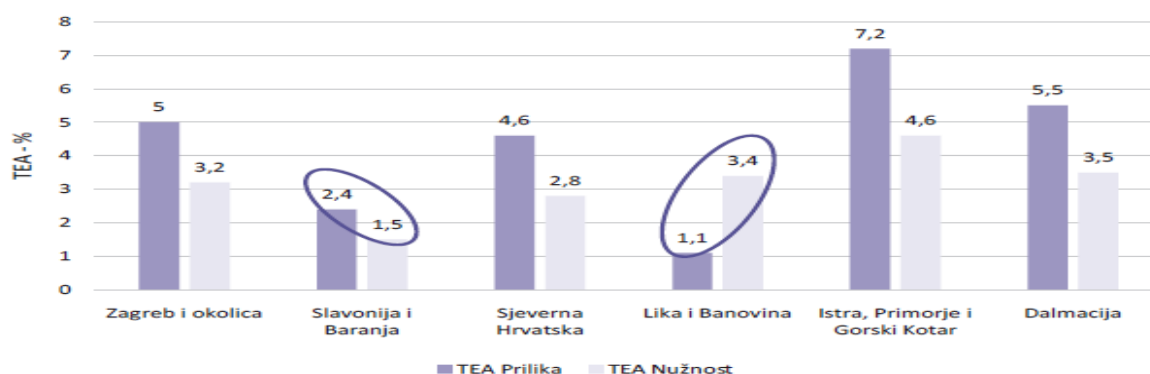
Regija	2015.		2016.		2017.	
	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost
Zagreb i okolica	5,0	3,2	8,2	2,5	6,8	2,6
Slavonija i Baranja	2,4	1,5	3,6	2,0	2,4	2,7
Sjeverna Hrvatska	4,6	2,8	4,9	3,2	5,2	3,6
Lika i Banovina	1,1	3,4	3,1	4,4	2,9	3,1
Istra, Primorje i Gorski Kotar	7,2	4,6	6,5	1,0	8,1	1,7
Dalmacija	5,5	3,5	4,6	2,8	6,7	4,5
Hrvatska	4,6	3,1	5,6	2,6	5,6	3,1

Izvor: GEM 2018.

5.2.1. Motiviranost za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj prema regijama

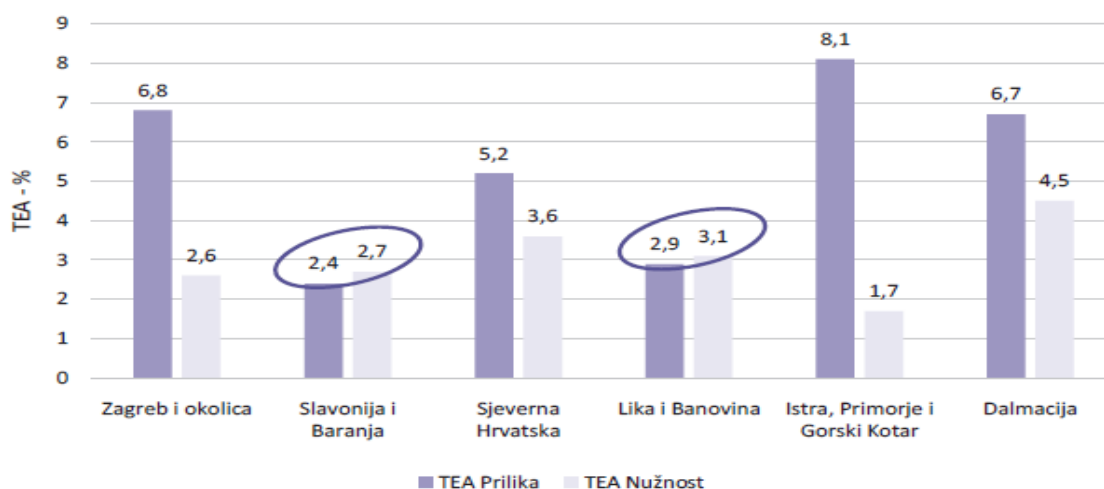
Motivacijski indeks izražen omjerom ranih poduzetničkih pothvata pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti integrira dinamičnost promjena u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o motivaciji. Vrijednost motivacijskog indeksa ispod nule govori o pretežnosti poduzetničkih aktivnosti iz nužde a ne zbog uočene prilike. Lika i Banovina u sve tri godine ima vrijednost motivacijskog indeksa ispod nule, a Slavonija i Baranja u 2017. godini, uz vrlo niske omjere u prethodnim godinama. Vrlo niske omjere imaju i Dalmacija i Sjeverna Hrvatska. Najbolje omjere imaju Istra, Primorje i Gorski Kotar, te Zagreb i okolina, iako je i u ovim „regijama“ u 2017. godini evidentno pogoršanje motivacijskog indeksa (Slike 2 i 3, Tablica 10).

Slika 2. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2015.



Izvor: GEM 2018.

Slika 3. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2017.



Izvor: GEM 2018

Tablica 10. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj- motivacijski indeks (TEA Prilika/ TEA Nužnost)

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	1,6	1,6	1,7	0,3	1,6	1,6	1,5
2016.	3,3	1,8	1,5	0,7	6,5	1,6	2,2
2017.	2,6	0,9	1,4	0,9	4,8	1,5	1,8

Izvor: GEM 2018.

5.2.2. Pokretanje poslovnog pothvata prema regijama vezano uz različite motive

Da bi donijeli odluku o realiziranju poslovnog pothvata, neizbježno je razmišljanje o sljedećim motivima: sposobnost prepoznavanja prilika, prisutnost namjere, ali i strah od propašaja. Pozitivna percepcija o prilikama najniža je u cijelom promatranom razdoblju u „regijama“ Slavonije i Baranje, te Lika i Banovina, a najviša u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru i u Dalmaciji.

Tablica 11. Regionalna dimenzija pozitivne percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	25,4	12,6	22,0	20,3	25,8	26,2	22,3
2016.	31,7	14,1	21,7	11,4	31,9	28,1	24,6
2017.	34,2	20,9	27,6	24,8	45,8	45,3	33,6

Izvor: GEM 2018.

Gotovo identičan obrazac prisutan je i u regionalnoj distribuciji namjera za pokretanje poslovnog pothvata: najmanje je ljudi s namjerom pokretanja poslovnog pothvata u Slavoniji i Baranji, te u Lici i Banovini, a najviše u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru, te u Dalmaciji.

Tablica 12. Regionalna dimenzija namjera za pokretanje poslovnog pothvata - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	22,4	16,2	15,9	18,1	24,6	26,5	20,9
2016.	26,4	20,0	20,6	16,2	23,7	22,2	22,3
2017.	22,8	17,9	21,7	19,1	28,4	26,1	22,8

Izvor: GEM 2018.

Oscilacije su najveće između „regionalnih“ vrijednosti kod prepoznavanja poslovnih prilika (20,9% Slavonija i Baranja vs. 45,8% Istra, Primorje i Gorski Kotar, u 2017. godini), nešto manje kod namjera (17,9 % Slavonija i Baranja vs. 28,4% Istra, Primorje i Gorski Kotar, u 2017. godini), a regije se najmanje razlikuju po percepciji straha od promašaja.

Tablica 13. Regionalna dimenzija straha od promašaja - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	45,8	47,6	45,5	40,9	47,5	40,2	44,7
2016.	45,9	47,9	45,1	48,1	46,7	44,0	46,0
2017.	33,7	39,2	40,7	38,9	35,0	37,6	37,1

Izvor: GEM 2018.

Strah od promašaja poduzetničkog pothvata u 2017. godini značajnije je niži u svim „regijama“ u usporedbi s prethodnim godinama, što bi moglo značiti povećano povjerenje u poduzetnički ekosustav, ali to trebaju potvrditi rezultati istraživanja u narednim godinama.

Regionalne razlike u ove tri komponente o kojima ovisi ostvarivanje poduzetničke aktivnosti (Tablice 6, 7 i 8) upućuju na zaključak o potrebi regionalno profilirane podrške (posebno se to odnosi na usluge potpornih institucija, kao što su savjetovanja, edukativni programi, mentorski programi...).

5.3. Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Poduzetnička aktivnost rezultat je kompleksne interakcije poduzetnika pojedinca s okolinom, koja može biti stimulirajuća ili ograničavajuća u bilo kojoj fazi životnog ciklusa poduzetničkog djelovanja: od percepcije prilika, oblikovanja namjera do pokretanja poslovnog pothvata, od upravljanja rastom do prestanka djelovanja.

Raspoloživost i razinu kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u GEM istraživanju procjenjuju eksperti, čiji izbor se temelji na njihovoj reputaciji poznavanja specifične komponente poduzetničke okoline. Uzorak eksperata sastoji se od poduzetnika – praktičara, znanstvenika koji se istraživački bave poduzetništvom, predstavnika vladinih

institucija, eksperata iz financijskog, obrazovnog i nevladinog sektora, te eksperata iz područja infrastrukture (fizičke, profesionalne i komercijalne).

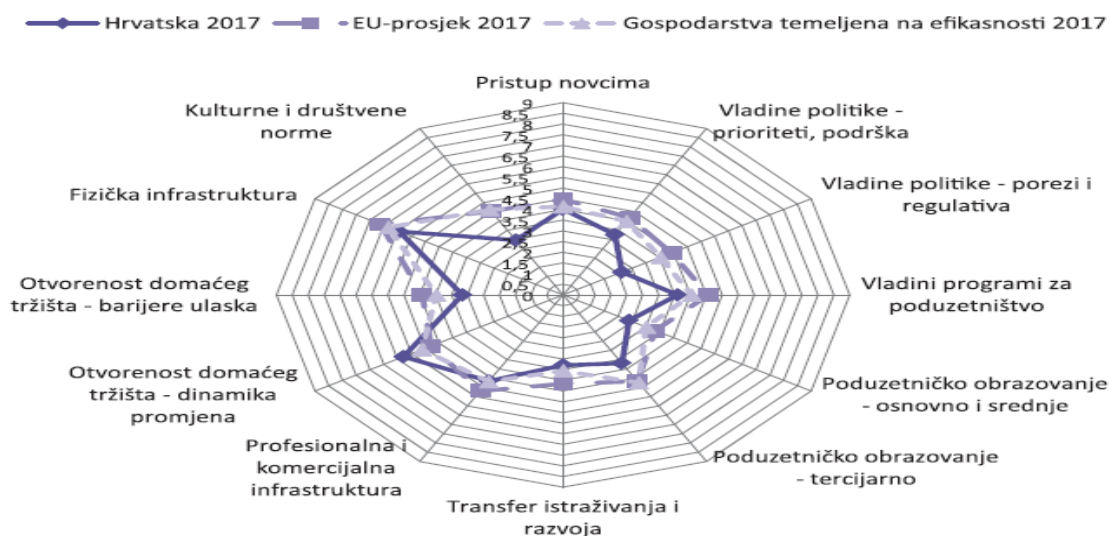
U 2017. godini eksperti su ocjenjivali poduzetničku okolinu korištenjem standardiziranog upitnika u kojem su s 54 tvrdnje opisane komponente poduzetničke okoline (u pravilu jedna komponenta opisana je sa 3 do 8 tvrdnji). Izražavanjem svog slaganja/neslaganja s pojedinim tvrdnjama ocjenama 1 do 9 (pri čemu 1 = u potpunosti netočno, a 9 = u potpunosti točno) dobiva se procjena raspoloživosti i kvalitete svake pojedine komponente poduzetničke okoline. Tvrdnje su grupirane tako da formiraju mjerne instrumente kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata u pogledu:

- raspoloživosti i strukture izvora financiranja za poduzetnike,
- vladinih politika prema poduzetništvu,
- vladinih programa usmjerenih poticanju poduzetništva,
- obrazovnih programa usmjerenih na razvoj poduzetničkih kompetencija,
- prijenosa znanja i tehnologije,
- kvalitete profesionalne i komercijalne infrastrukture,
- otvorenosti domaćeg tržišta,
- raspoloživosti fizičke infrastrukture,
- kulturnih i društvenih normi.

Ekspertno ocjenjivanje poduzetničke okoline, uz pretpostavku kontinuiranog sudjelovanja u GEM istraživanjima, omogućuje:

- vrednovanje percepcije kvalitete svake komponente, pri čemu ocjena iznad 5 signalizira poticajnu okolinu, a ocjena ispod 5 ograničavajuću (destimulirajuću) okolinu,
- uočavanje promjena u percepciji kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline u vremenu (u Hrvatskoj, od 2002. godine). Ovim izvještajem prezentiraju se pokazatelji za razdoblje 2015.-2017. godine,
- usporedbe razlika između percepcije kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u prostoru (tj. između zemalja sudionica GEM istraživanja u istoj godini).

Slika 4. Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017. - usporedba s prosjekom EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti.



Izvor: GEM 2018.

Slika 4 pokazuje da u 2017. godini poduzetnička okolina u Hrvatskoj i dalje značajno zaostaje po kvaliteti od prosjeka ocjena poduzetničke okoline u 18 EU zemalja uključene u GEM istraživanje, ali i od prosjeka zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti). Jedino je dinamičnost promjena na domaćem tržištu (kao jedne od komponenti otvorenosti domaćeg tržišta) veća od prosjeka skupina s kojima se Hrvatska uspoređuje³¹.

³¹ CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, GEM Hrvatska 2017- analiza rezultata istraživanja 'Razvoj i primjena modela za procjenu potencijala za rast poduzeća' financiranim od Hrvatske zaklade za znanost, Zagreb, 2018. Preuzeto s : <https://www.cepor.hr/rezultati-istrazivanja-gem-hrvatska-2017/> (20.09.2018.)

ZAKLJUČAK

Temelj gospodarskog rasta i razvoja svake zemlje pa tako i Republike Hrvatske počiva na poduzetništvu. Naime, poduzetništvo se razvijalo kroz povijest te su nastale mnoge definicije ovog pojma, ali se ono najčešće definira kao djelatnost osnivanja poduzeća u kojoj poduzetnik kombinacijom resursa proizvodi gotov proizvod, preuzima rizik, u nadi da će ostvariti zaradu, odnosno dobit.

Svijet poduzetništva možemo definirati kao područje koje je stalno podložno promjenama. Konstantno praćenje zbivanja poduzetničkih aktivnosti u okruženju, otvara Hrvatskoj mnogobrojne mogućnosti da na temelju primjera drugih zemalja bude jednako uspješna u iskorištavanju pruženih poslovnih prilika.

Europska unija je kroz svoje programe i fondove okrenuta prema mladima. Cilj joj je, kroz različite programe kao što za mlade poduzetnike i pružanje financijskih potpora za dostupne poduhvate, potaknuti svijest o samozapošljavanju mladih. S obzirom na trenutnu situaciju na tržištu rada sve je više mladih bez osigurane budućnosti nakon završenog školovanja te ih je vrlo bitno potaknuti na istraživanje mogućnosti koje pružaju različiti programi i potpore Europske unije. Globalizacija, s druge pak strane nam u današnje vrijeme omogućava sve potrebne informacije vezane za pokretanje poduzetničkog poduhvata i aktivnosti. Mnogobrojnim istraživanjima, analizom i usporedbom poduzetničke situacije u Europi i Hrvatskoj, možemo konstatirati da je osnovni razlog nedostatka mladih poduzetnika visoka stopa rizika i straha od neuspjeha kod istih. Motivacija mladih poduzetnika početnika može se povećati i stimulirati samo kroz ispravno kreirane programe koje je potaknula Europska unija. Učinak istih omogućava Hrvatskoj više pojedinaca s prepoznatom poduzetničkom prilikom, a ona će njihovom društvu osigurati višu stopu zaposlenosti, te će s vremenom moći izraditi dobar i održivi projekt koji može konkurirati za ostvarivanje sredstva iz EU fondova. Takvi projekti moraju ispuniti jasno određenu i nimalo jednostavnu formu, zbog čega je iskustvo presudno. Praćenje trendova na Europskom tržištu, prepoznavanje djelatnosti s potencijalom rasta u tekućem razdoblju i ispravno napisani te dobro potkovani i održivi poslovni planovi u budućnosti bi mogli donijeti veliki uspjeh mladim poduzetnicima kao i društvenim zajednicama na području Hrvatske.

Republika Hrvatska, za koju možemo reći da je država koja je još u razvoju i nije još ispunila svoj puni potencijal tek nedavno je napravila par početnik koraka i strategija kojima namjerava pokrenuti cjelokupno gospodarstvo. Ulaskom u EU puno se toga promijenilo po pitanju transparentnosti u poslovanju ali još puno je toga potrebno da bismo dostigli neke razvijenije zemlje unije. Hrvatskoj mogu biti primjer razvijene zemlje EU, posebice Njemačka koja ulaže najviše u razvoj i inovacije u cijeloj EU po podacima Eurostata. Također velike kompanije u zemljama EU čije gospodarstvo ima pozitivan trend ulažu u obrazovanje i mladi perspektivan kadar, te upravo im ti mladi ljudi kasnije svojim radom na istraživanju i razvoju u centrima za istraživanje donose inovacije koje pokreću gospodarstvo. Europska unija kroz razne programe potpora nastoji prepoznati i osigurati sredstva za prave ideje i poduzetnike čiji se cilj temelji na konkurentnosti i održivosti.

Pravila i zakoni su jasno regulirani i svi igraju po istim pravilima i u tome se vidi koliko je tržišna konkurencija jaka i samo time svi postaju bolji jer bez konkurencije poduzetnik nema kompetitivnog duha i samim time dovodi se u status stagnacije. Novac koji je dostupan potrebno je uložiti u dijelove gospodarstva koji dugoročno mogu donijeti RH povećanje BDP-a i veću zaposlenost. Obrazovanje se mora temeljiti na kvaliteti i poticanju mladih na razvijanje potencijala kojeg naravno ima, a financijske potpore koje se nude poduzetnicima mogu im pomoći u osnivanju svojih vlastitih poduzeća kojima će dospjeti na globalno tržište i prezentirati nove ideje, proizvode i tehnologije. Istraživačke ustanove i centri kompetencije također su vrlo važni kako bi se ostvarilo sve ono šta se u strategiji isplaniralo jer to su mjesta u kojima se akumulira velika koncentracija znanja i samim time dolazi do njegovog multipliciranja.

Na kraju ovog završnog rada možemo zaključiti da su potpore za pokretanje poduzetničke aktivnosti od izuzetnog značaja za Republiku Hrvatsku, jer upravo pomoću njih možemo stvarati nove stručnjake, koji će ostati u Hrvatskoj i koji će svojim idejama, a kasnije i iskustvom u poduzetništvu inovacijama dolaziti do novih proizvoda i tehnologija koje će voditi u smjeru prosperiteta. S takvim načinom razmišljanja moguće je i dalje razvijati i graditi Hrvatsku kao zemlju s nadaleko prepoznatim bogatstvima i potencijalima.

LITERATURA

1. *Access to EU finance*. 2016. Preuzeto s http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_en.htm
2. *COSME*. 2015. Preuzeto s https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en
3. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, GEM Hrvatska 2017- analiza rezultata istraživanja ‘Razvoj i primjena modela za procjenu potencijala za rast poduzeća’ financiranim od Hrvatske zaklade za znanost, Zagreb, 2018. Preuzeto s : <https://www.cepor.hr/rezultati-istrazivanja-gem-hrvatska-2017/>
4. Digital Single Market. 2016. *Financial guarantee facility for the cultural and creative sector*. Preuzeto: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/financial-guarantee-facilityculture>
4. EASME. 2016. *Statistics on SME Instrument*. Preuzeto s <http://ec.europa.eu/easme/en/statistics-sme-instrument>
5. European Investment Fund. 2016. *EaSI Guarantee Financial Instrument*. Preuzeto s http://www.eif.org/what_we_do/microfinance/easi/index.htm
6. Europski strukturni i investicijski fondovi: *ESI fondovi 2014. - 2020. - Europski strukturni i investicijski fondovi*. Raspoloživo na: <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/>
7. Eurokonzalting (2017) *Bespovratna sredstva i krediti*, URL: <http://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/12-bespovratna-sredstva-za-mlade-poduzetnike>.
8. Hunjet, A.; Kozina, G.: *Osnove poduzetništva*, Varaždin, 2014.
9. Hrvatska gospodarska komora, raspoloživo na: <http://www.hgk.hr/pravne-informacije/>.
10. Hrvatska obrtnička komora, raspoloživo na: http://www.hok.hr/o_hok_u/ustroj/.
11. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije, raspoloživo na : <http://www.hamagbi-cro.hr/inovacije/privatni-sektor/poc-za-poduzetnike/o-programu/>.
12. Hrvatska banka za obnovu i razvoj: raspoloživo na: <https://www.hbor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/Po%C4%8Detnici-Pk-poduzetnika-po%C4%8Detnika-1612-1704.pdf> .
13. Kagor (2015) *Vodič za poticaje i potpore za poduzetnike*, URL: <https://www.kagor.hr/hr/poticiji-potpore-eu-fondovi-vodic-za-poduzetnike>.
14. Kociper, U., Vojković, M., Protulipac, M. & Golubić Woudstra, V. (2014). EU fondovi – mogućnosti za poduzetnike. U L. Šimrak (ur.), *Edukativni priručnik za male i srednje poduzetnike*. 87-115. Znanje d.o.o. Zagreb.
15. Kružić, D. (2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 16 (2); str 167-192.

16. Lee-Kelley L., Gilbert D. i Mannicom R. (2003). How e-CRM can enhance customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 21 (4), 239-248.
17. Ministarstvo poduzetništva i obrta, raspoloživo na: <https://poduzetnistvo.gov.hr/>
18. Nguyen T. H., Sherif J. S. i Newby M. (2007). Strategies for successful CRM implementation. *Information Management & Computer Security*, 5 (2), 102-115.
19. Prosperikon (2016) Sve što želimo znati o bespovratnim sredstvima, URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:I3IX4BkTWVMJ:prosperikon.hr/wp-content/uploads/2016/02/Drzavne-potpore.pptx+&cd=6&hl=hr&ct=clnk&gl=hr>
20. Smoljić, M. (2011). Obrazovni programi za usvajanje poduzetničke kompetencije. *Znanstvena i tehnologijska politika i inovativno poduzetništvo*. Uredili: Tafra V., Tafra I.
21. Središnji državni portal (2017) Poticanje samozapošljavanja, URL: <https://gov.hr/moja-uprava/branitelji/zaposljavanje/poticanje-samozaposljavanja/405>
22. Srića, V.: Upravljanje kreativnošću. Zagreb: Školska knjiga, 1992, str 71-74.
23. Stojanović, S., Mrvica Mađarac., Glavota, M.: Financiranje poduzetništva iz fondova Europske unije, Prosinac 2016.
24. Šipić, N., Najdanović, Z.: Osnove poduzetništva (skripta), Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb 2012. <http://www.vpsz.hr/media/files/Skripta-osnove-poduzetnistva-03-2013.pdf>.
25. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 35-43.
26. Učenje za poduzetništvo – Zbornik radova 1. Međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo, Zagreb, Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski, 251-270.
27. Vela, A., Madaras, M., Pavlica, M. & Šimrak, L. 2014. *EU fondovi 2014. – 2020*. Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte. Zagreb.
28. Zakon o državnim potporama (NN 47/14. I NN 69/17.)

Popis slika

Slika 1. Poduzetnički proces	12
Slika 2. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2015	42
Slika 3. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2017	42
Slika 4. Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017. - usporedba s prosjekom EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti	46

Popis tablica

Tablica 1. Raspodjela ESI fondova, 2014. -2020	18
Tablica 2. Operativni programi u Hrvatskoj, 2014. – 2020	19
Tablica 3. Raspodjela sredstava prema OPKK-u 2014. – 2020	20
Tablica 4. Poslovna konkurentnost	21
Tablica 5. Raspodjela sredstava prema OPULJP-u 2014. – 2020	23
Tablica 6. Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi	39
Tablica 7. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima	40
Tablica 8. Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi	41
Tablica 9. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost	41
Tablica 10. Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj-motivacijski indeks (TEA Prilika/ TEA Nužnost)	43
Tablica 11. Regionalna dimenzija pozitivne percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini	43
Tablica 12. Regionalna dimenzija namjera za pokretanje poslovnog pothvata	43
Tablica 13. Regionalna dimenzija straha od propašaja	44

SAŽETAK

Poduzetništvo možemo opisati kao poslovnu djelatnost koja teži da se stvori nešto novo, stvara nove prilike i postiže različite učinke. Velika prepreka za pokretanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj je nedostatak financijskih sredstava. Ukoliko nisu u mogućnosti sami financirati svoj poslovni pothvat poduzetnici se za pomoć u financiranju obraćaju različitim institucijama: bankama, Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, fondovima EU.

Tijekom posljednjih desetljeća Europska unija usmjerava svoj fokus na inovacije, konkurentnost i održivi razvoj. Ulaskom Republike Hrvatske u Uniju pokušava se slijediti taj primjer. Kroz razne financijske potpore sredstva se dodjeljuju po već usklađenim kriterijima Europske Komisije. Centri kompetencije koji su poveznica između poduzetnika i obrazovnih ustanova uvelike mogu doprinijeti razvoju gospodarstva te povećati konkurentnost kako poduzetnika tako i novih mladih studenata koji završavaju studij. Na ovaj način može se također zadržati visoko obrazovani kadar da ostane u Hrvatskoj te pokuša stvoriti konkurentan proizvod i uslugu.

Stoga je osnovni cilj rada dati prikaz temeljnog okvira i mogućnosti financiranja poduzetničke djelatnosti u Europskoj uniji, s posebnim osvrtom na izvore financiranja iz EU fondova koji su dostupni poduzetnicima u Republici Hrvatskoj. Analiza i pregled raspoloživih sredstava iz europskih fondova ukazat će na značajne iznose financiranja namijenjene poticanju poduzetništva, stvaranju novih radnih mjesta, razvoju poslovne konkurentnosti i ekonomskom rastu.

Ključne riječi: poduzetništvo; izvori financiranja; EU fondovi

SUMMARY

Entrepreneurship can be described as a business activity that seeks to create something new, creates new opportunities and achieves different effects. A major obstacle to starting entrepreneurship in Croatia is the lack of financial resources. If they are not able to finance their business venture, entrepreneurs are addressing different institutions for assistance in financing: banks, the Croatian Employment Service, EU funds.

During the last decades EU has shifted political focus to innovation, the knowledge economy and sustainable competitiveness. After Croatian access to the EU, the government is trying to follow that suit. Through a variety of financial aid funds are allocated by already harmonized criteria of the European Commission. The centers of competence that are links between businesses and educational institutions can greatly contribute to the development of the economy and increase the competitiveness of both entrepreneurs and new young students who had completed their studies. In this way, highly educated personnel will stay in Croatia, and try to create a competitive product and service.

Therefore, the basic objective of the work is to provide a basic framework and opportunities for financing entrepreneurial activity in the European Union, with particular reference sources of funding from EU funds available to entrepreneurs in Croatia. Analysis and review of available resources from European the funds will include significant amounts of funding intended to encourage entrepreneurship, job creation, business competitiveness development and economic growth.

Keywords: entrepreneurship; sources of funding; EU funds